Patrimônio, Território e Turismo no Brasil, Costa Rica e Itália

Organização:

Glaucio José Marafon
Marina Faccioli
Meylin Alvarado Sánchez

Patrimônio, Território e Turismo no Brasil, Costa Rica e Itália

Organização
Glaucio José Marafon
Marina Faccioli
Meylin Alvarado Sánchez

Patrimônio, Território e Turismo no Brasil, Costa Rica e Itália

Rio de Janeiro
2020

Sumário

Apresentação

O turismo, como um dos fenômenos econômicos, sociais e culturais mais importantes do mundo, tornou-se objeto de estudo dos geógrafos. Desde o século XIX, eles foram inicialmente abordados a partir de uma perspectiva descritiva, mas experimentaram uma evolução teórica e metodológica. E foi desde meados do século XX que eles adotaram uma tendência mais explicativa e integradora, segundo os diferentes recursos do espaço geográfico, com uma abordagem territorial.

A partir dessa abordagem do turismo, chama-se patrimônio territorial recursos naturais e culturais de um determinado espaço geográfico, e reconhece a riqueza, importância e especificidade que diferentes atores locais deram a esses bens, os quais em um processo de valorização podem se tornar uma atração turística, além de definir os vários produtos turísticos locais, regionais ou nacionais.

Nesse contexto, surge a ideia de apresentar as diferentes investigações relacionadas aos estudos de patrimônio territorial e turismo no Brasil, Costa Rica e Itália. Aproveitando as relações existentes entre professores, pesquisadores e estudantes desses três países, com base nos acordos de cooperação que existem, há quase uma década, entre o Instituto de Geografia da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) e seu Programa Pós-graduação em Geografia (PPGEO), a Faculdade de Ciências Geográficas da Universidade da Costa Rica e a Universidade Tor Vergata (Roma 2).

Essa cooperação permitiu aos profissionais desses países participar de diferentes atividades acadêmicas, como reuniões, congressos, publicações (livros e artigos de revistas), apresentação de projetos de pesquisa, visita de professores para ministrar cursos (Brasil e Itália), doutorado-sanduíche entre UERJ e Universitá di Roma e entrada de estudantes da UNA, Costa Rica, para a pós-graduação em Geografia da UERJ. Como forma de continuar esse processo de intercâmbio, os professores Glaucio Marafón (UERJ), Meylin Alvarado (UNA) e Marina Faccioli (Universidade Tor Vergata), decidem apresentar o livro Patrimônio Territorial e Turismo no Brasil, Costa Rica e Itália como forma de

divulgar as diferentes investigações realizadas em cada um de seus países, dentro da geografia do turismo como uma subdisciplina da Geografia.

Destarte, este livro é composto por três seções, subdivididas em capítulos, apresentadas no idioma original dos autores (português, espanhol e italiano), considerando que o idioma não foi, nem será, um obstáculo para poder se relacionar academicamente e continuar trabalhando juntos.

A primeira seção apresenta três capítulos – das investigações do patrimônio territorial da Costa Rica –, onde a doutoranda da UERJ e a professora da UNA, Meylin Alvarado, mostram uma investigação de sua autoria e outras duas realizadas por seus colegas, Lilliam Quirós Arias, Omar Barrantes Sotela e Pablo Miranda Álvarez. A segunda, composta de três capítulos, apresentando as conexões entre patrimônio e turismo na Itália, com artigos de Marina Faccioli, Tiziano Gasbarro e Giuseppe Bettoni, da Universidade Tor Vergata (Roma 2). A terceira seção, com quatro capítulos, aborda as questões relativas ao patrimônio e turismo no Brasil, com a participação dos professores, Amanda Danielle Costa, Marcelo Antonio Sotratti, Miguel Angelo Ribeiro e Natan da Silva Nunes, Valéria Maria de Souza Lima e Glaucio José Marafon da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ).

Glaucio José Marafon
Marina Faccioli
Meylin Alvarado Sánchez
(Organizadores)

Del modelo conservacionista al patrimonio territorial y el turismo en Costa Rica

Omar Barrantes Sotela[1]
Lilliam Quirós Arias[2]

Introducción

Costa Rica es mencionado de manera continua como un modelo exitoso de la conservación del medio ambiente (Rosendal & Schei, 2014). Cuenta con un sistema de conservación que abarca un 25.25% de su territorio continental que comprende 51.100 Km^2 y que mantiene bajo diferentes categorías de manejo mediante rango de ley de la República (Sinac, 2017).

Según Evans (1997), el Sistema de Áreas Silvestres Protegidas de Costa Rica es uno de los más complejos de Latinoamérica y protege la gran biodiversidad del país. Datos de las colecciones del Museo Nacional de Costa Rica reportan más de 850 especies de aves, 220 especies de reptiles, entre 160 especies de anfibios, 240 especies de mamíferos (la mayoría del orden Chiroptera) y más de 130 especies de peces de agua dulce. También se cuenta con registros de alrededor de 9000 especies de plantas vasculares (5% de la biodiversidad del planeta) de las cuales se pueden contabilizar más de 1200 especies de orquídeas y 1200 especies diferentes de árboles. Lo anterior, sin olvidar la gran cantidad

[1] Académico Escuela de Ciencias Geográficas, Universidad Nacional, Costa Rica. Correo electrónico: omar.barrantes.sotela@una.ac.cr

[2] Académica Escuela de Ciencias Geográficas, Universidad Nacional, Costa Rica. Correo electrónico: lquiros@una.cr

y variedad de insectos descritos. Solo el INBio[3] indica haber contabilizado más de 15 mil especies de insectos.

Hall (1985) ofrece una de las explicaciones por las cuales el país cuenta con una gran biodiversidad; indica que por su origen geológico es el único lugar en el planeta que es tanto interoceánico como intercontinental. Es un puente y filtro biogeográfico, que en conjunto con sus características de topografía y clima favorecen la diversificación de especies. Por lo tanto, es una zona de convergencia de interés para el estudio del desplazamiento de especies entre los hemisferios norte y sur del continente americano. Entre los últimos casos reportados de este fenómeno en el 2015 y 2017 son los avistamientos del perro de arbusto (*Speothos venaticus*) y la rata de árbol de Rufous (*Diplomys labilis*), aunque su nuevo patrón de distribución se asocia más a la perdida de hábitat.

Su gran patrimonio territorial expreso en su fisonomía y gran riqueza de suelos agrícolas posibilitaron flujos migratorios de la depresión tectónica central (Valle Central) del país hacia las zonas periféricas; de ahí que la colonización agrícola impactó fuertemente esa base de recursos, propiciando una gran degradación ambiental. Revertir este proceso de degradación de recursos, y el surgimiento de un nuevo paradigma en la relación sociedad-naturaleza, conllevó a la adopción de prácticas ambientales para recuperar esas áreas del territorio; que fueron impulsadas por políticas que tenían como objetivo, colonizar amplias zonas del territorio nacional (Sandner, 1964).

El turismo y especialmente el ecoturismo que se empieza a desarrollar más claramente a partir de los años 1980's, con antecedentes a inicios de los años 1950's, entendió y aprovechó esta gran posibilidad de contar con un patrimonio natural, nutrido de la mayor biodiversidad en el mundo. Con un pasado histórico que favoreció al país de una democracia consolidada y un desarrollo educativo y condiciones de salud por encima de otras naciones en la región. Bajo este contexto, se inicia un proyecto – país en el cual la conservación y el turismo están estrechamente vinculados. La promoción a nivel internacional y las facilidades de los medios de comunicación en el momento actual, facilitan incrementar la visitación turística año a año. Aunque la principal motivación para visitar el país son las actividades de sol y playa; una gran cantidad de actividades vinculadas directamente con el aprovechamiento de los recursos naturales se encadenan a esta motivación inicial como la visitación a los volcanes,

---

[3] Información según inventario antes de su cierre "administrativo" en el 2015.

observación de la flora y la fauna, visita a las áreas naturales protegidas, entre otras. Los datos registrados por el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) 2018, muestran que las divisas aportadas por el turismo en Costa Rica superan actividades tradicionales como café y banano, que en el año 2017 estas representan 3 864 de las divisas, mientras que el café aporta 305,3 y el banano unos 1042,2 millones en dólares americanos.

Sí se valoran los principios de conservación de la biodiversidad, los argumentos anteriores pueden ser muy convincentes para reforzar la idea de que los espacios naturales en Costa Rica deben ser conservados. Pero es importante preguntar ¿Sí siempre fue así? ¿Cómo se desarrolló el modelo de conservación en Costa Rica? ¿Es exitoso o no? ¿Se beneficia la actividad turística del patrimonio natural? ¿Hacia dónde va el modelo de conservación y turismo para garantizar la sostenibilidad de ambos derroteros? Estas y otras preguntas deben hacerse para evaluar el estado del patrimonio natural y sobre todo orientar nuevos esfuerzos relacionados con la protección de los recursos naturales y de la cual se benefician actividades económicas como el turismo de relevancia para el país.

Antecedentes

Según Boza (2015), la llegada de los españoles marca el inicio del deterioro ambiental del país. Se estima por Tenorio (1988), que en la etapa de la conquista la población no superaba los 27 200 habitantes y la tasa de deforestación apenas llegaba al 1%. Con el desarrollo de las actividades económicas de subsistencia en la colonia inician los primeros asentamientos humanos que se consolidan para finales de 1706.

Durante ese período existe muy poca evidencia sobre los impactos ambientales que generaron los habitantes. Según Boza (2015, p. 27), las primeras ordenanzas de protección ambiental se dictaron a la protección de las costas en 1754. Se establece un área de uso público con una extensión de una milla a lo ancho y que sigue el contorno de los litorales. Una disposición que tenía una orientación estrictamente de defensa militar para la protección de los navíos y embarcaciones. El propósito original cambiaría en el Decreto Ley 162 de 1828, en la que se reservan los terrenos baldíos con utilidad común para la marina, pesquería y elaboración de sales, hasta una milla sobre las costas del mar inclusive a favor de estas actividades.

Un caso similar correspondió evitar los incendios forestales en 1775, por lo que se prohibió tal práctica por el gobernador español Juan Fernández de Bobadilla (Fournier, 1991). Aunque este tipo de regulación es asociado más a una práctica de manejo agrícola y forestal, con ello se aseguró la permanencia de importantes áreas boscosas alrededor de los principales poblados del área central del país. Aunque, refleja los principios e intereses de protección utilitarista de estas zonas.

En el año de 1800, debido a la lenta evolución de la ocupación del suelo, la población del Valle Central ascendía alrededor de 52000 habitantes y solo el 7.7% del territorio estaba deforestado (Meléndez-Chaverri, 1977). En 1830, las necesidades de consumo de los países europeos por el algodón, café y tabaco se incrementaron y su alta demanda favoreció el auge de la actividad agrícola, en especial el cultivo de café. Con esta nueva dinámica se establecieron nuevas rutas de exportación y se promovió la primera gran expansión agrícola y migratoria costarricense. Se debe destacar que la mayoría de las fincas cafetaleras controladas por las familias no tenían una gran extensión y se manejaban de manera responsable por sus propietarios, al contrario de las grandes plantaciones de monocultivo en manos de los latifundistas (Evans, 1997).

Granados, C. (2004, p. 30) menciona que a partir de 1850 las exportaciones del grano se aceleran, reestructurando la economía costarricense radicalmente, orientándola al mercado internacional. El café marca la historia agroexportadora del país, ocupando las tierras más accesibles y productivas, reemplazando la producción de alimentos básicos y la ganadería en el Valle Central. Este mismo autor señala que "Desde 1840, el próspero negocio cafetalero induce a una deforestación, cuyas consecuencias debieron haberse hecho sentir".

Un aspecto interesante de mencionar es como la génesis de la cultura costarricense ocurre del proceso de mestizaje entre poblaciones europeas, indígenas, afrodescendientes y chinas. Además, fue proceso que se desarrolló de forma aislada del resto del istmo centroamericano por las difíciles condiciones de acceso que presentaba Costa Rica en la colonia. Además, los principales patrones de conducta social fueron acentuándose con el pasar de los años, en los que se mantuvo una conciencia y la creencia arraigada en el uso razonable de los recursos; en esta perspectiva todos los pueblos contribuyen a la diversidad y riqueza de las civilizaciones y culturas. Es así como menciona Sarkar (2010), que indica la diversidad cultural y la biodiversidad están estrechamente relacionadas.

Meléndez (2004), en su artículo "Aportes geográficos al imaginario costarricense en el siglo XIX", señala que en el proceso de construcción de la nacionalidad costarricense la geografía ha jugado un papel significativo. Ha contribuido a la construcción de ciertas imágenes que identifican el ser costarricense, que se han venido modificando con el tiempo; Territorio, condiciones biogeográficas, homogeneidad racial, educación, modo de vida y situación política". Los cuales han sido pilares fundamentales en el sentir de esta comunidad imaginada, algunos de los cuales surgieron desde los primeros años de vida independiente y han perdurado hasta nuestros días.

Los primeros estudios científicos en el impulso del conservacionismo

Con el desarrollo industrial y urbano de finales del siglo XIX, se inició una fuerte discusión en el mundo académico internacional que giraba en torno a la recuperación de los valores naturales; esta nueva corriente de pensamiento se denominaría conservacionismo. Pérez-Cebada (2003) destaca dos corrientes predominantes y opuestas, que incluyen un amplio espectro sobre el conjunto de valores éticos y de enfoque en el que debe realizarse la conservación de la naturaleza. El primer enfoque es el conservacionista, este se caracteriza por abierto y optimista sobre las posibilidades que tiene la naturaleza. Además, se fundamenta en el uso de los métodos de análisis científico de origen racionalista y de alta rigurosidad, el uso de la naturaleza es más utilitario. El segundo enfoque es el preservacionista, que le rinde culto a la naturaleza, además asigna valores recreativos y sagrados al bosque. Se dice que es el antecesor de la corriente de pensamiento ecocéntrica.

Debido a las influencias de pensamiento es el primero, es decir, el enfoque conservacionista el que posteriormente empezó a predominar en el consciente de la sociedad costarricense. En contraposición al conocimiento tradicional mantenido por los pueblos indígenas, con claros principios ecocentristas.

Al respecto Goebel, A. (2005-06, p. 4), señala que

> La influencia del conocimiento científico, los intereses político - económicos y los condicionamientos estructurales del Estado, presentes en el desarrollo de políticas orientadas a la protección de los recursos naturales, son, asimismo, elementos que pueden contribuir a dimensionar con mayor certeza el origen y

evolución de las ideas conservacionistas que culminarían con la creación e institucionalización de los Parques Nacionales en Costa Rica.

La apertura del mercado europeo sustentado principalmente en la producción de café y posterior a la Campaña Nacional de 1856-1857, favoreció la llegada de científicos extranjeros que viajaban a explorar Costa Rica para estudiar su geografía y sus recursos biológicos, entre ellos el destacado geógrafo y botánico suizo Henri François Pittier. Personaje que haría grandes contribuciones científicas y a la conservación costarricense. Otros notables científicos fueron el botánico danés Anders Sandre Oerted, el naturalista británico William More Gabb y el ornitólogo lituano Joseph Warscewicz (Evans, 1997). La educación formal era un lujo de unos pocos en ese periodo, por lo que este nuevo flujo de conocimientos fomentó un abordaje más científico de los recursos naturales.

En el año 1886 el Ministro de Educación, don Mauro Fernández, propone una reforma educativa que afectaría la vida académica del país; se cierra la Universidad de Santo Tomás y únicamente funcionaría la Escuela de Derecho. En su lugar se da impulso a la educación secundaria con la apertura de colegios. La reforma proponía sustituir la enseñanza científica por una formación más técnica. Para compensar la carencia de la educación universitaria, la reforma promovió la llegada al país de importantes científicos que reforzarían los nuevos programas de estudio de secundaria. Según Carvajal, (2009), entre ellos los doctores Henry Pittier Dormond, Paul Biolley, Gustave Michaud, Jean Rudin y Adolphe Tonduz, provenientes de Suiza. Su misión sería reestructurar los programas educativos y dar impulso a las ciencias en la secundaria. Se impartieron las cátedras de Ciencias Naturales, Física, Química, Geografía y Agricultura. Además, fue un periodo de gran auge científico, se inauguró el Museo Nacional, inspirado en el Instituto Smithsoniano de Washington, que permitió organizar colecciones botánicas, zoológicas, geológicas y arqueológicas, atrayendo a la comunidad internacional.

El Dr. Henrry Pittier fundó en 1887 el Observatorio Meteorológico, conocido desde el 1888 como el Instituto Meteorológico Nacional. También, fundó el Instituto Físico Geográfico Nacional (IFG), una institución científica de gran incidencia en el desenvolvimiento científico del país. Según Goebel (2006-07, p. 55), se "constituyó como una entidad multifuncional, que concentró gran parte de la actividad científica en aspectos fundamentales para el Estado, tales como la exploración geográfica, el mapeo del territorio, las ob-

servaciones meteorológicas, y las actividades botánicas". Entidad que permitió recolectar datos para renovar la cartografía nacional, estudiar los recursos naturales e incentivar la colonización de amplias zonas e integrarse a la economía nacional. Sin embargo, en 1904 el Gobierno de Costa Rica decide incorporar al IFG bajo el auspicio del Museo Nacional, situación que motiva al Dr. Pittier a abandonar al país. Durante su estancia en el país dejó un legado incalculable en el desarrollo científico, por lo que muchos consideran como la era dorada de la historia natural de Costa Rica.

Al jugar un papel de mediación entre la comunidad científica y político, el Dr. Pittier promovió las primeras acciones concretas de conservación. Destacan la promulgación de decretos (Ley) en 1884 para la protección de los bosques nacionales, cauces fluviales y manantiales, así como en 1888 en el decreto (Ley) LXV que se declara la zona inalienable de las montañas de Heredia y Alajuela, con el propósito de proteger las fuentes de agua que abastecen a esas ciudades. El establecimiento de estas zonas de protección ocurrió por la denuncia y la evidencia científica, que indicaba la degradación de los recursos por la tala excesiva de árboles. Otros sucesos estaban relacionados con la degradación de los cauces de los ríos para la extracción de materiales ligados a la construcción del Ferrocarril al Atlántico (Boza, 2015; Evans, 1997). En esa línea también se reafirmó la protección de baldíos y las áreas boscosas próximas a estas, ordenando la limpieza de malezas para evitar la quema de cultivos y bosques. De esta manera, varios de los primeros esfuerzos de conservación en Costa Rica estuvieron vinculados a la protección de las actividades económicas.

La calidad de las colecciones botánicas y la gran variedad de publicaciones científicas orientadas a la descripción y catalogación de especies de flora y fauna influyó en atraer la atención de la comunidad internacional. Para el año 1914, Costa Rica se convirtió en el centro de investigación científico más importante en el trópico americano.

Evans (1997) identifica tres primeras etapas de los aportes científicos en la conservación de Costa Rica: 1) las exploraciones de comienzos del siglo XIX (destacan: Carl Hoffman, Moritz Wagner, Karl Scherzer y Helmuth Polokowski), 2) entre los siglos XIX y XX (destacan: Henri Pittier, C.H. Lankester, J.F. Tristán, Paul Biolley y José Zeledón) y 3) posteriores a la depresión económica (destacan: Alexander Skutch, Clodomiro Picado Twight, José Orozco, Rafael Chavarría, Rafael Lucas Rodríguez Caballero, Archie F. Carr, entre otros) en las que la investigación científica tendió a su declive con respecto a los

anteriores períodos. En estas tres etapas se dieron hallazgos muy valiosos para entender la diversidad biológica del país y que dejaron una marca en la historia de la conservación.

La degradación ambiental como resultado de la ocupación del territorio

En la mitad del siglo XX, el ritmo de deforestación en Costa Rica se incrementó de manera alarmante. (Figura 1). Cada vez más los bosques se convirtieron en tierras para el cultivo, plantaciones y pastos asociados a la actividad ganadera. Según Montoya (2004, p. 2) "El reformismo agrario de los últimos años del siglo XIX y principios del XX (1880-1940) estuvo fuertemente determinado por la situación socioeconómica prevaleciente en el país en este período, caracterizado por la expansión cafetalera, las leyes emitidas en ese momento y las consecuencias de su aplicación".

La intensidad y extensión con la que se explotaron los recursos naturales llevaron a la disminución de la cobertura boscosa del país a proporciones nunca vistas. Boza (2015) estima que entre los años 1940-1950, la cobertura boscosa de Costa Rica cubría el 70% del territorio, para el 1986 solo quedaba un 21%. La alta disponibilidad del recurso supuso una explotación casi irracional del mismo. El factor más importante asociado a la tasa de deforestación durante ese período se le atribuye a la actividad agropecuaria (Sierra et al, 2016).

La segunda gran expansión agrícola de Costa Rica

En 1939, el Estado establece la Ley No. 13 general sobre Terrenos Baldíos con el objetivo de que los campesinos pudieran ocupar lotes baldíos o fincas sin declaración de propiedad particular, y así, regular los conflictos de tenencia de la tierra. Hacia la década de los cincuenta, el país consideró prioritario dirigir la formalización de los terrenos baldíos hacia el fomento del agro.

Según Montoya (2004), sus acuerdos giraron en torno a dos asuntos principales: el denuncio y propiedad de los baldíos y el arrendamiento de tierras nacionales, pero sin alterar el panorama de tenencia de la tierra que se tenía hasta el momento. Según este mismo autor, en 1941 "se dictó una Ley de Informaciones Posesorias, que permitió a quienes probaron haber poseído y explotado tierras sin título legítimo antes de la emisión de la ley de terrenos baldíos de 1939, la adquisición de terrenos entre 100 y 300 hectáreas (caso de

las fincas ganaderas)" (P.4). Al igual que en períodos anteriores la estructura de la propiedad se mantuvo inalterada.

La primera Asamblea Legislativa (1949-1953), impulsó el proyecto de Ley Agraria, el cual tenía por objetivo mejorar gradualmente las condiciones de las personas que vivían en el campo, mediante el fortalecimiento económico de la familia campesina y la equitativa distribución de las tierras. A partir de 1960 se impulsan una serie de medidas para detener los movimientos emancipadores como la Revolución Cubana. El Plan de la Alianza para el Progreso promovido por Estados Unidos, condicionando el ayuda económico a los países que ejercieran cambios en su estructura agraria y fiscal.

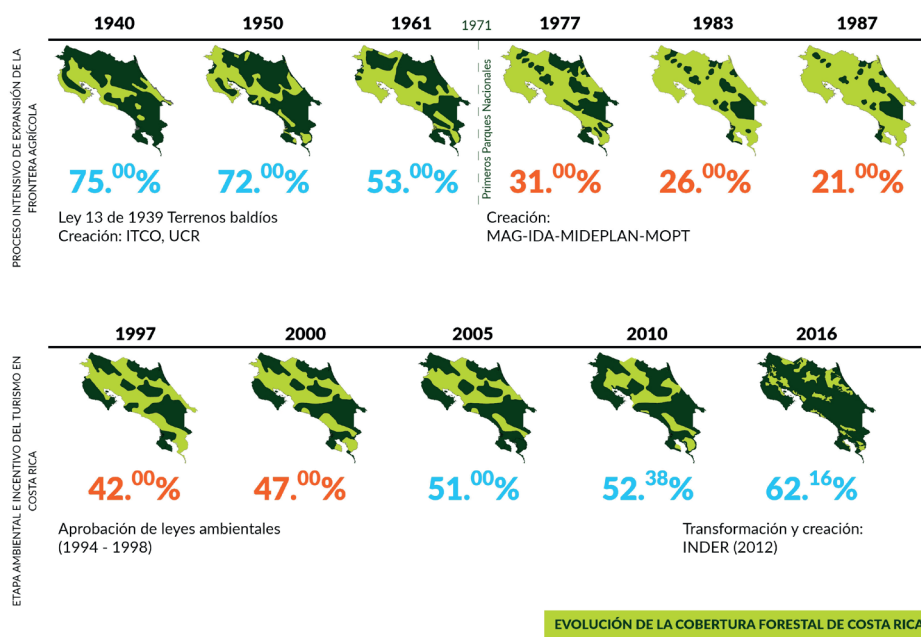
Paralelamente, en 1959, se establece la Ley de Fomento Económico No.2466, en la que se crea el Departamento de Crédito Rural, Tierras y Colonias dentro de la estructura orgánica del Banco Nacional de Costa Rica con la finalidad de hallar soluciones a los problemas del agro. Sin embargo, dicha Ley, en su artículo 48 establece que "La Junta Directiva del Banco Nacional no aprobará ningún plan de adjudicación de tierras a particulares, no otorgará títulos...hasta que la Asamblea Legislativa no emita una Ley General de Tierras y Colonias".

Motivados por ese vació legal, y por la urgencia de implementar programas de reforma agraria en el país, se presenta el proyecto de ley denominado Tierras y Colonización ante la Asamblea Legislativa. Es en la administración del presidente Francisco J. Orlich Bolmarcich (1962-66), bajo la Ley No.3042 que se crea el Instituto de Tierras y Colonización (ITCO) Instituto de Tierras y Colonización (ITCO), el 14 de octubre de 1961, como una institución autónoma, con el fin de implementar el crédito agrícola, la asistencia técnica, la comercialización y distribución de productos (Rodríguez & Rodríguez, 2007). Es en este período en el cual el Estado tienen un rol fundamental procurar una mejor redistribución de la tierra y a apoyar la modernización de la agricultura.

Según Kay (2005, p. 3), esta modernización "proponía que los países del Tercer Mundo deberían seguir la misma senda que los países capitalistas desarrollados. También contemplaba la penetración económica, social y cultural de los países industrializados del Norte moderno en los países agrarios y rurales del sur tradicional como un fenómeno que favorecía la modernización". Los cual conllevó a difundir conocimiento, capacidades, tecnología, organizaciones, instituciones, en el campo rural.

La Revolución Verde, surge en este contexto, como la manera en que los países darían el salto hacia la modernización. Según Castillo. (2008, p. 14):

> La Revolución Verde consistía en la utilización de insumos químicos y semillas mejoradas para aumentar la producción de alimentos. Resultados como estos alentaron a los gobiernos de varios países en desarrollo a invertir en investigación y en infraestructura, de tal forma que se facilitara la adopción de las nuevas tecnologías que venían aparejadas a las Revolución Verde. Esto contribuiría, según a beneficiar amplios sectores de producción campesina.

Figura 1. Evolución de la cobertura forestal en Costa Rica y creación de la institucionalidad del Estado Costarricense. Elaboración propia con datos de Fundación Neotrópica y ECG-UNA.

Durante el periodo 1962-66, el Estado promovió la formación de colonias, fomentó la expansión bananera y la formación de empresas agropecuarias,

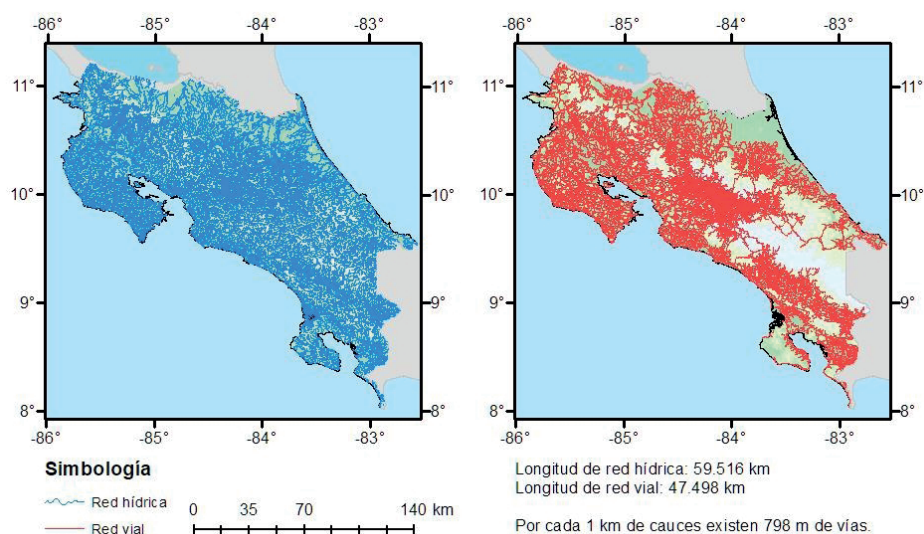
que llevó al deterioro de importantes y diversos ecosistemas del país. Además, como política estatal se vigiló que no se realizaran prácticas que atentaran contra la producción agrícola y la crianza de animales. Una medida paliativa para bajar el tono del discurso extractivista implementado por el gobierno fue la creación de las reservas forestales de La Reserva Nacional Absoluta Cabo Blanco en la provincia de Puntarenas en 1963, por el sueco Olof Wessberg y su esposa, la danesa Karen Morgenssen, y Reserva Forestal Río Macho creada en el año 1964; antes del establecimiento del Sistema de Parques Nacionales de Costa Rica (1970).

De acuerdo a los datos recopilados por González (2017) de los Censos Agropecuarios realizados por el Instituto Nacional de Censos (INEC), es posible evidenciar el cambio en los usos del suelo en el país. Es así, como de 1905 a 1973 el fomento al agro incrementó las zonas agrícolas en 703332.45 hectáreas. Esa tendencia de incremento sostenido se mantiene posteriormente en los periodos de 1955 a 1963, lo cual coincide con la Ley de Fomento Económico; y en periodo de 1963 a 1973 motivado por la creación de Instituto de Tierras y Colonización (ITCO) y los créditos otorgados por parte del Banco Nacional para incentivar el crecimiento del sector agropecuario.

De 1973 a 1984 el suelo agrícola desacelera su crecimiento, como respuesta a la reorientación de la política del agro costarricense, en la que se traspasó la concentración de la tierra en poder de las grandes explotaciones o latifundios, a los minifundios con especial atención a la constitución de fincas familiares, aunque con ellos aumentó la intensidad del uso del factor tierra. En 1982, mediante la Ley No. 6735 se transforma el ITCO en el Instituto de Desarrollo Agrario (IDA), con el fin de enfocarse en elevar la productividad agrícola, mejorar la infraestructura agropecuaria y administrar las tierras productivas del país (González, 2017). Dos años después de la transformación del IDA, el número de hectáreas destinas a la producción agrícola empieza a disminuir, no así la cantidad de fincas registradas para tal fin. Esto supone un proceso de parcelamiento más intenso, a partir de fincas madres, y relacionado con el otorgamiento de terrenos a pequeños productores que orientaron su producción al nuevo modelo incentivado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG).

El proceso de colonización fomentó la construcción de infraestructura vial por el Ministerio de Obras Públicas y Transportes (MOPT), para que comunicase los lugares de producción con los mercados de consumo. De gran importancia fue la construcción de la Carretera Interamericana obra que se

inició en el año 1942 y quedó transitable para el año 1963; conectó al país de norte a sur (desde Peñas Blancas en la frontera norte con Nicaragua hasta Paso Canoas en la frontera sur con Panamá). La ocupación y expansión agrícola del centro del país hacia las áreas periféricas motivó la cantidad y densidad de vías en el país, las cuales se pueden asociar al crecimiento de las áreas destinadas al agro. Paralelamente se da una fragmentación de las áreas naturales con el incremento de la ocupación y cambios de uso de la tierra. En el mapa 1 se relaciona la longitud de la red hídrica con la red vial, lo que evidencia una tendencia a la construcción de vías de acceso, donde se muestra que por cada kilometro de cauces existen 798 metros de vías.

Mapa 1. Longitud de red hídrica / Longitud de vialidad. Elaboración propia.

Incidentemente la Ley General de Caminos Públicos y la Ley Nacional de Fraccionamiento y Urbanizaciones, señalan que cuando se constituye una vía de acceso público, se abre la posibilidad de urbanización frente a la vía pública. Por lo que las instituciones y organizaciones que brindan los servicios básicos deben garantizarlos a los habitantes si estos lo solicitan. Es así como el Instituto Costarricense de Electricidad (ICE) y el Instituto de Acueductos y

Alcantarillados (AyA) consecuentemente formaron parte de los procesos de disminución de los bosques costarricenses.

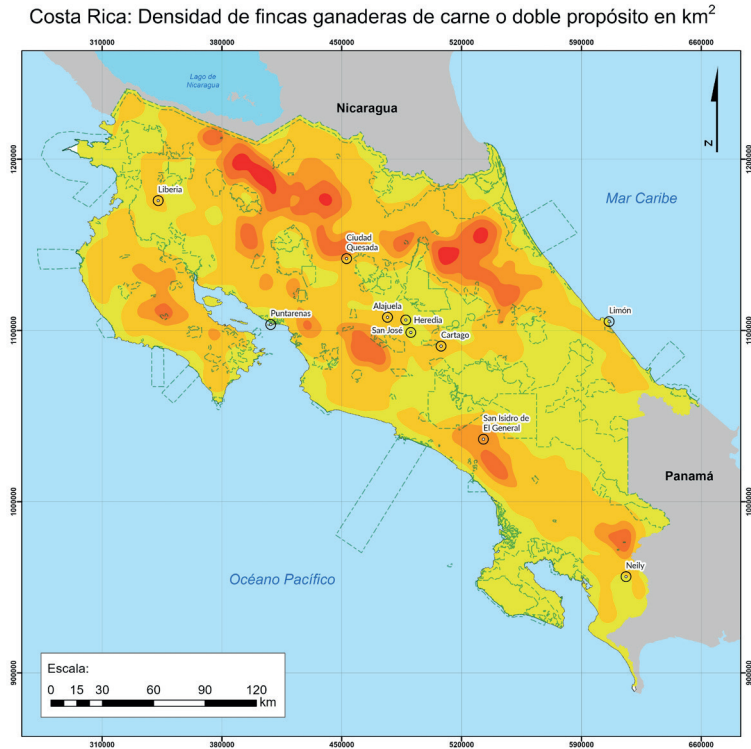
El crecimiento urbano, también está asociado al desarrollo agropecuario, ya que muchas ciudades periféricas tenían una funcionalidad de apoyo a la actividad agrícola. Además, es importante señalar que los procesos de urbanización son más probables que ocurran en aquellos terrenos que una vez fueron ocupados por el agro. En la tabla 1, se aprecia el comportamiento de las hectáreas dedicadas a pastos, con un incremento contante en los períodos intercensales indicados.

En el 2012 con la transformación del IDA al Instituto Nacional de Desarrollo Rural (INDER), el sistema agro pastoril en Costa Rica empieza a cambiar la estructura de la ocupación y utilización de la tierra. Se busca instaurar un modelo de ocupación más integral, que dé más valor a un tipo de producción sostenible que contribuyan a la preservación de la biodiversidad y a la generación de servicios ambientales o ecosistémicos se ha transformado, y el cual tiende a rescatar el modelo de uso que daba el campesinado en la Colonia. De esta manera, se incentiva en las fincas, la conservación áreas de bosque en conjunto con las zonas de pastoreo y agricultura. Este modelo, es aún muy incipiente para determinar si su implementación ha traído beneficios generales a los esfuerzos de conservación en el país. Aunque, es una manera lógica de convertir lo que fue una de las principales causas de la degradación de la cobertura boscosa de Costa Rica en una alternativa de conservación.

Tabla 1. Pastos y su clasificación en los censos Agropecuarios

Censo	Terminología	Área en hectáreas
1905	Potrero artificial y natural	211171.32
1955	Pastos permanentes: potrero (pastos bajos) y pastos naturales, repastos (pastos altos cultivados) Pastos de Corte	914503.1
1963	Potrero y pastos bajos (naturales), repastos (cultivados) y pastos altos Pastos de corte	1242675.77
1973	Potreros (pastos naturales) Pastos cultivados o mejorados para no corte Pastos cultivados o mejorados para corte	1558053.1
1984	Pastos mejorados o cultivados para pastoreo Pastos naturales Pastos para corte	1651560.5
2014	Pastos naturales Pastos mejorados Pastos de corte	1044909.6

Fuente: Adaptado de González (2017).

Mapa 2. Costa Rica: Densidad de fincas ganaderas de carne o doble propósito en km^2 en el 2018. Elaboración propia.

Simbología

- Ciudades
- Áreas silvestres protegidas

Análisis de densidad (km^2)

Intervalo

- ≤ 0.5
- ≤ 1.5
- ≤ 2
- ≤ 3
- ≤ 6

Fuente Cartográfica:
SENASA. (2018). Fincas ganaderas. Ubicación de Asociados CORFOGA. San José.
IGN. (2007). División Político Administrativa. San José: CENIGA.
IGN. (2007). Poblados. San José: CENIGA.

Fuente Fotogramétrica:
Programa de Regularización de Catastro y Registro Gobierno de Costa Rica. (2005). Ortofotos y restitución fotogramétrica. Escala 1: 5 000. San José.

Escuela de Ciencias Geográficas:
SIG y Diseño Gráfico:
Geóg. Omar E. Barrantes Sotela

Mayo, 2019.

Análisis de densidad de fincas ganaderas productoras de carne mediante o de doble propósito. Estimación de densidad del kernel mediante: Quartic (biweight). Radio de búsqueda establecido en km^2. Proyección métrica CRTM05.

Mapa 3. Costa Rica: Densidad de cabezas de ganado de carne o doble propósito en km² en el 2017. Elaboración propia.

Simbología

Ciudades

Áreas silvestres protegidas

Densidad (cabezas de ganado por km²)

Intervalo

≤ 15

≤ 30

≤ 60

≤ 120

≤ 240

≤ 500

Fuente Cartográfica:
SENASA. (2018). Fincas ganaderas. Ubicación de Asociados CORFOGA. San José.
IGN. (2007). División Político Administrativa. San José: CENIGA.
IGN. (2007). Poblados. San José: CENIGA.

Fuente Fotogramétrica:
Programa de Regularización de Catastro y Registro Gobierno de Costa Rica. (2005). Ortofotos y restitución fotogramétrica. Escala 1: 5 000. San José.

Escuela de Ciencias Geográficas:
SIG y Diseño Gráfico:
Geóg. Omar E. Barrantes Sotela

Mayo, 2019.

Análisis de densidad de población total de ganado con fines de carne o doble propósito por km². Estimación de densidad del kernel: Quartic (biweight). Radio de búsqueda establecido en km². Proyección métrica CRTM05.

El impulso a la creación de las Áreas Silvestres Protegidas (ASP) de Costa Rica

Costa Rica era el país con mayor pérdida de bosque en Centroamérica, muchos de sus terrenos mostraban serios signos de deterioro ambiental generalizado como la pérdida y erosión de suelo, degradación de las cuencas hidrográficas, pérdida de biodiversidad y de ecosistemas (Barrantes, 2000; Barrantes y Castro, 1999). Con estos antecedentes ¿Por qué Costa Rica es ahora conocida por ser un ejemplo de conservación en el mundo? ¿Por qué el turismo ha logrado aprovechar el patrimonio natural y la gran biodiversidad que este representa?

Buena parte de la respuesta se debe a la creación de un modelo conservacionista basado en sus áreas silvestres protegidas (ASP). Según Barrantes (2000), Boza (1993 y 2015) y Evans (1997), ante la crisis ambiental generada por la rápida tasa de deforestación se dio una fuerte reacción que propició la protección de las manchas más representativas de biodiversidad. La Ley (No. 4465) Forestal de 1969, fue la que inicialmente definió las principales clases de áreas protegidas de Costa Rica. El artículo 35 de esta ley, define las categorías del patrimonio forestal del Estado en: a) Reservas forestales, b) Zonas protectoras, c) Parques nacionales, d) Refugios nacionales de vida silvestre y e) Reservas biológicas. Al estudiar la terminología usada en las definiciones de las primeras categorías de conservación, se refleja una perspectiva de conservación utilitaria con una gran influencia del modelo de conservación y manejo de vida silvestre de la escuela estadounidense. Por ejemplo, se indica que la principal función del bosque es la de reserva para la producción de madera.

Según Wallace (1992), Evans (1997) y Boza (2015), la importancia de las áreas silvestres protegidas es multidimensional. En un sentido amplio, el objetivo principal de las ASP es preservar el patrimonio natural y cultural de Costa Rica. Esa no es una tarea tan sencilla en un país que dispone de una diversidad tan amplia de ecosistemas y zonas de vida, en la que se sobreponen intereses para el desarrollo de los usos agrícolas y económicos de la tierra. Es importante destacar que el Servicio de Parques Nacionales fue creado en 1977 por la Ley 6084 como una dirección general o departamento dentro del Ministerio de Agricultura y Ganadería, lo que suponía una contradicción, ya que era el ministerio que promovía la expansión agrícola en Costa Rica.

El Servicio de Parques Nacionales, empezó la identificación de las zonas geográficas con ecosistemas representativos e inició las acciones para su protección. Para lograr los objetivos de conservación se establecieron cinco propósitos

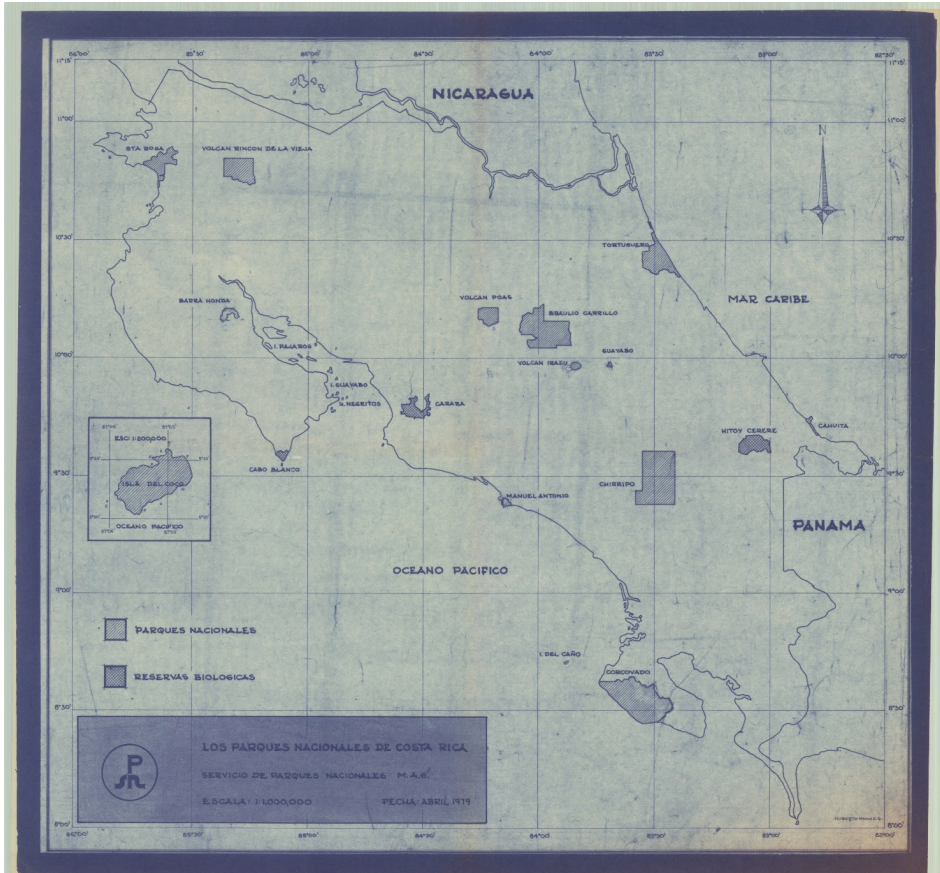
específicos a conservar: los históricos y arqueológicos, los entornos montañosos y volcánicos, el bosque tropical seco, el bosque tropical húmedo y los ecosistemas subterráneos y submarinos. Según Carr (1982) y Janzen (1986), el valor científico de este sistema de preservación es probablemente inconmensurable. Es así como el Parque Nacional Santa Rosa, el Parque Nacional Guanacaste, y el Parque Nacional Palo Verde, son los únicos bosques tropicales secos protegidos del mundo. Mientras que el Parque Nacional Volcán Poás es uno de los pocos volcanes activos que quedan en el mundo con acceso[4] durante todo el año para estudios científicos.

Del mismo modo, mantener un estado lo más natural posible para las comunidades de plantas y animales tropicales representa una fuente interminable de material educativo y de investigación para todas las edades (Fournier, 1991). El Sistema de Áreas Protegidas, es considerado también como un banco de material genético que tiene potencial científico, médico y económico. Es así como Evans (1997), considera que el valor genético de la protección de especies en el hábitat protegido por los parques y reservas de Costa Rica puede mantener al país en el centro de atención científica durante las próximas décadas.

Como diversos son los entornos naturales en Costa Rica, así han sido los intereses para la creación y conformación de las múltiples Áreas Silvestres Protegidas (ASP). En algunos casos el Estado costarricense fue el propulsor por captar fondos de ayuda financiera del exterior, como es el caso del Parque Nacional Santa Rosa. En otros, ocurrió por fuertes iniciativas privadas y de grupos organizados; el resultado son distintas formas de manejo administrativo. Tal vez, uno de los ejemplos más significativos es el manejo compartido en el Parque Nacional Cahuita, entre los habitantes de la comunidad y el Ministerio de Ambiente y Energía (MINAE).

---

[4] En este momento en vigilancia y monitoreo por el OVSICORI y la RSN debido a las constantes erupciones volcánicas y la amenaza que significa para los habitantes cercanos.

Mapa 4. Costa Rica. Parques Nacionales, 1979. (Servicio de Parques Nacionales, MAG)

Con la promulgación de la legislación ambiental en la década de los años noventa, se dio un giro muy peculiar en el desarrollo y la gestión de las ASP. De esta manera los procesos de desconcentración y descentralización del Estado, también afectó el desenvolvimiento administrativo de las Áreas de Conservación. Además, la ley 7152 había trasladado el Servicio de Parques Nacional del MAG al MINAE y se conocería posteriormente como el Sistema Nacional de Áreas de Conservación (SINAC). No obstante, si bien el enfoque utilitario de las ASP siempre se mantiene, ahora busca integrar los conceptos teóricos provenientes del Desarrollo Sostenible. En el Mapa 4 se muestra los primeros

parques nacionales y en el Mapa 5 se muestra la actual distribución de las Áreas Silvestres Protegidas, según categoría, resaltando el hecho de que los Parques Nacionales tanto terrestres como marinos sobresalen como categoría de manejo, en la cual no se realiza actividades económicas, excepto la visitación turística, en una pequeña proporción de su territorio, en algunos parques menos del 2% son aprovechas para fines recreativos y educativos. En la tabla 2 se muestra la superficie destinada a la conservación según la categoría de manejo.

Mapa 5. Costa Rica. Áreas Silvestres Protegidas, 2019.

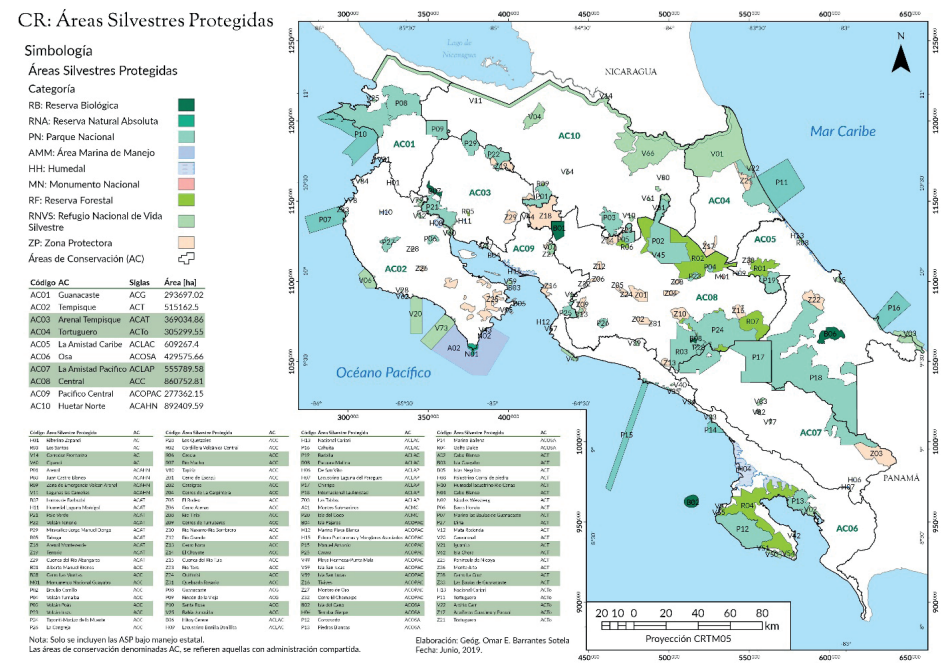



Tabla 2. Superficie destinada a la conservación según categoría de manejo en Costa Rica.

Categorías de Manejo	Total, de ASP	Área Terrestre Km²	Área Marina Km²	Islas Km²
Parque Nacional	28	6 299.18	1 721.83	2 045.25
Reserva Natural Absoluta	2	14.11	16.88	0.17
Monumento Natural	1	2.30	0.00	0.00
Refugio Nacional de Vida Silvestre	35	2 295.26	554.43	4.71
Reserva Biológica	8	211.84	52.01	4.56
Reserva Forestal	9	2 159.60	0.00	0.00
Zona Protectora	31	1 557.25	0.00	0.00
Humedal	11	363.35	0.07	0.00
Área Marina de Manejo	2	0.00	10 443.31	0.00
Total	127	12 902.89	12 788.53	2 054.69

Fuente: Adaptado de SINAC (2017).

Las Áreas Silvestres Protegidas (ASP) y los conflictos por la conservación

La conservación también ha provocado diversos conflictos. Los primeros se dieron por la forma en la que se adquirieron los terrenos destinados para la conservación. En las primeras áreas silvestres medió un despojo institucionalizado de varias poblaciones, y en los que los pagos por expropiación en el mejor de los casos se resolvieron años después. También, fue común los problemas entre los guardaparques y los habitantes de los poblados cercanos, que incluso generaron conflictos transgeneracionales por las discrepancias en el aprovechamiento de los recursos naturales.

Otro caso especial, es el de los pueblos indígenas que fueron excluidos de los esfuerzos de conservación del Estado, y que en su cosmovisión mantienen preceptos y valores asociados al uso sostenible del medio ambiente. Es importante señalar que el deterioro ambiental también implica la pérdida de conocimientos ancestrales como plantas medicinales, tintes naturales, el uso de técnicas constructivas en edificaciones, así como la pérdida de sistemas autóctonos de producción (Corcuera y Ponce de León, 2004; Pisquiy Pac, 2008). Una nueva dimensión a los conflictos por la conservación se inició con el auge del narcotráfico. En especial en aquellas áreas protegidas con superficies en el mar, o que por sus condiciones de aislamiento favorecen el trasiego de estupefacientes (Sesnie et al., 2017).

El patrimonio territorial y el turismo en el modelo conservacionista

Según, Albarrán, D. (2016, p. 222), citando a Florido, 2013, señala que "El concepto de Patrimonio Territorial, en su concepción más general, ha sido definido como el entendimiento del espacio geográfico como objeto de interés patrimonial en tanto que resultado de la permanente interacción de hombre y medio y que insta a observar, interpretar y gestionar de manera unitaria el conjunto de componentes que lo conforman, tanto naturales como culturales".

Partiendo de la definición anterior, desde inicios del siglo XX el turismo se ha convertido en una actividad asociada a la conservación de los recursos naturales en Costa Rica. La creación del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) en el año 1955 inicia con la modalidad del turismo de playa y naturaleza en el país. Debido a las facilidades de la oferta de transporte y al desarrollo de una red vial más densificada.

Según, Quirós y Sánchez (2014, p. 14),

> a diferencia de otras regiones del mundo, América Central y gran parte de México incentivan tardíamente la visitación de turistas a la región. La carencia de grandes complejos turísticos, la limitada infraestructura y la promoción turística centrada especialmente en los recursos de sol y playa que privilegian la visitación de destinos masivos y altamente promocionados, mantuvieron a la región alejada del escenario mundial del turismo.

Sin embargo, ya para la década de los 1980´s según Nel y Andreu señalan que "Costa Rica irrumpió en la escena del turismo internacional y apostó por el

turismo basado en sus atractivos naturales, más concretamente por el ecoturismo, como modelo de desarrollo económico, hace ya más de dieciséis años, posicionándose a nivel mundial como destino ecoturístico de reconocido prestigio y principal destino turístico de Centroamérica" (2008, p. 168).

En esta orientación, Costa Rica ha dirigido su desarrollo económico y social hacia un esquema globalizado y de libre comercio, incursionando en la producción de productos tradicionales y no tradicionales. Lo que coloca al turismo como una alterativa para obtener diversidad de beneficios económicos (Lippmann, 2005 y Northrup, 2012).

Tabla 3. Áreas Silvestres Protegidas con mayor visitación de turistas residentes y no residentes.

Área Silvestre	Visitantes residentes	Visitantes no residentes	Total
Manuel Antonio	67160	164625	231785
Volcán Poás	100086	95483	195569
Volcán Irazú	75387	18170	93557
Marino Ballena	56223	20681	76904
Arenal	13392	50086	63478
Rincón de la Vieja	8278	32414	40692
Tortuguero	9741	29774	39515
Volcán Tenorio	21891	10994	32885
Cahuita	10000	22774	32774
Corcovado	7065	22855	29920
Santa Rosa	18624	6240	24864
Carara	7764	14827	22591

Fuente: Adaptado de DE-SINAC (2017).

Una de las formas de aprovechar la diversidad biológica del país fue mediante la construcción de un modelo turístico basado en las directrices internacionales para el desarrollo sostenible. Por sus riquezas naturales el país ha logrado posicionarse a nivel mundial como un destino ecológico y sustentable. De acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo Turístico de Costa Rica 2017-21 del ICT (2017), las ASP constituyen el grupo de atractivos turísticos de mayor importancia en el país. De igual forma para la mayoría de los viajeros las ASP son el principal motivo para viajar al país por su afinidad con temas ambientales y de sostenibilidad ambiental. De manera generalizada, las ASP cuentan con facilidades y condiciones para el consumo de "productos turísticos específicos" como lo son la observación de aves, avistamiento de tortugas, caminatas de alta intensidad, vulcanismo y ecosistemas específicos, entre otros.

A pesar de que el Sistema de Áreas de Conservación en su conjunto es el que contribuye con la imagen ecologista del país, la actividad turística se concentra en 12 ASP (Tabla 3). Por lo que no es casualidad que desde el año 2011, se invierte en mejoras de la infraestructura turística de las ASP: Rincón de la Vieja, Caño Negro, Arenal, Tortuguero, Cahuita, Corcovado, Manuel Antonio, Poás y el Irazú. Mediante el proyecto Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Parques-SINAC con el apoyo del Instituto Costarricense de Turismo (ICT).

La imagen turística de Costa Rica está fuertemente ligada a sus prácticas ecológicas; por lo que la mayor amenaza para este sector es la degradación de sus recursos naturales. Sin embargo, el país invierte sólo una pequeña parte de sus recursos para la resolución de los problemas ambientales causados por el desarrollo urbano descontrolado, la explotación maderera, la cacería, y la tenencia privada dentro de las ASP.

Tal y como relata Evans (1997) y Boza (1993 y 2015), siempre se mantuvo una posición de crear un programa de parques que se mantuviese a la vanguardia del fenómeno de la recreación del turismo al aire libre a fin de preservar y proteger la dotación de recursos naturales del país desde un enfoque del desarrollo sostenible. Es así como el éxito del Sistema Nacional de Áreas Protegidas es importante a nivel internacional, debido a la espectacular diversidad ecológica de Costa Rica, que puede ser disfrutada por los turistas. Por tanto, garantizar fondos provenientes de la actividad turística para ser invertidos en el programa era algo deseado para fortalecer las acciones de conservación.

A pesar de las prácticas sostenibles plasmadas en programas y políticas, en mayo del 2003 Ministerio de Ambiente y Energía (MINAE), anunció que debía realizar un plan para cerrar los Parques Nacionales por falta de presupuesto para su mantenimiento y administración (Pratt, 2002). Muestra de ello es que de un total de 161 ASP, del año 2011 a la fecha sólo se ha mejorado la infraestructura de las 12 ASP más visitas por los turistas (Lara, 2017). De manera contradictoria el sector asociado a la actividad turística es uno de los mayores beneficiados de los recursos naturales, es también el sector que menos invierte en su protección y mejoramiento. Además, solo en dos casos particulares, el SINAC cuenta con convenios y acuerdos entre entes privados, cifra relativamente pequeña al considerar que existen más de 90 convenios firmados entre esa institución e instituciones del estado costarricense, Organizaciones No Gubernamentales y Fundaciones.

Otro aspecto interesante, es lo estipulado en el Decreto Ejecutivo No. 37669-RE-COMEX-TUR y su reglamento en el que se establece la marca país como un esfuerzo para promocionar la autenticidad de los costarricenses y que define al mismo como "país verde", con el propósito de mejorar el posicionamiento en la realización de negocios para atraer turistas, inversionistas y compradores extranjeros al país. Es una apropiación estatal del "sentir costarricense" y que en el artículo 4 del reglamento asocia un mensaje de que "Costa Rica concentra, posee, potencia y cuida aquello que es clave para el futuro: biodiversidad, belleza natural única, calidad, talento humano especializado, innovación, una ubicación privilegiada, diversidad de pueblos indígenas, valor agregado en sus productos y profesionales".

No obstante, las empresas o personas jurídicas que opten para el uso de la *Marca País* deben cumplir con una serie de requisitos y que son evaluados por criterios de evaluación comerciales y empresariales. Es decir, se convierte en una certificación estatal que vende una imagen al visitante que no es consecuente con el abanico de opciones turísticas ofrecidas. Ya que, además de un turismo de naturaleza se ofrece turismo de casinos y golf siempre verde, siendo este último una amenaza para los ecosistemas sensibles. Lo anterior, se ha evidenciado en el conflicto dado entre las comunidades y los megaproyectos turísticos en el Golfo de Papagayo (Pratt, 2002). Aún más preocupante, el país se enfrenta a una depreciación de su imagen conservacionista, ya que su política ecológica no corresponde con el manejo que se les da a los desechos sólidos, aguas negras, servicio de alcantarillado, implementación de energías limpias y la regulación

urbana. Su patrimonio territorial más preciado, los recursos naturales, muestra signos de deterioro, sin que las políticas creadas para potenciar los mismos, logren frenar este proceso, no al ritmo deseado.

Conclusiones

La colonización agrícola del territorio conllevó una gran alteración ambiental de los territorios, especialmente la deforestación de amplias zonas que se abrieron para dar paso a usos del suelo agrícola y residencial. Lo que implicó para el país pasar de una cobertura boscosa a una deforestación sin presentes en la segunda mitad del siglo pasado. La política pública por un lado motivó la ocupación de estos espacios, pero que igualmente reacciona ante la degradación ambiental; consolidándose a finales de siglo pasado un sistema de áreas de conservación, que constituyen la vanguardia en términos de conservación y del turismo.

Los esfuerzos de conservación en Costa Rica responden a múltiples intereses y están en función a la atención de una crisis. Las motivaciones de respuesta pueden ser muy variadas como la conservación biológica, cultural e histórica. Además, en la mayoría de los casos los lineamientos estatales concernientes a la conservación se basan en la viabilidad económica y política. Mientras que los criterios de manejo y conservación de la biodiversidad mantienen un enfoque utilitario a través del tiempo.

Uno de los aspectos que debe reforzarse en las ASP, es el fomento del vínculo con las comunidades locales. De manera especial en aquellos casos en el que los conflictos ambientales continúan o no fueron bien atendidas. Además, las políticas del Estado costarricense no están articuladas a las acciones de conservación, en especial aquellas orientadas a promover actividades agropecuarias y turísticas con un alto impacto al medio ambiente.

El turismo que se convierte desde los años 80´s en una importante fuente de ingresos económicos a través de la generación de divisas, podría poner en riesgo la fuente de recursos en los cuales basa su éxito. Sigue siendo necesario una visión a largo plazo, y que la sustentabilidad de las áreas naturales protegidas se base en una estrategia articulada con el patrimonio territorial que dan sustento al desarrollo del turismo.

Referencias

ALBARRÁN, D. "El concepto de Patrimonio Territorial: problemáticas de gestión planificación turística". In: BLÁZQUEZ, M., et al (eds.). "Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo". *XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE*, *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears*, n. 23 pp. 67-78, 2016.

BARRANTES, G. *Aplicación de incentivos a la conservación de la biodiversidad en Costa Rica*. San José: 2000.

BARRANTES, G., y CASTRO, E. *Aportes de la biodiversidad silvestre de las áreas de conservación a la economía nacional*. San José: 1999.

BOZA, M. "Society for Conservation Biology Conservation in Action: Past, Present, and Future of the National Park System of Costa Rica". *Conservation Biology*, n. *7* v. 2, pp. 239–247, 1993.

BOZA, M. *Historia de la conservación de la naturaleza en Costa Rica 1752-2012*. Cartago: Editorial Tecnológica de Costa Rica, 2015.

CARVAJAL, G. "La institucionalización de la geografía en Costa Rica". En: A., Sánchez y A., Liberalli (eds.), *La geografía en América Latina: visión por países*. Buenos Aires, pp. 43-54, 2009.

CASTILLO, O. *Paradigmas y conceptos de desarrollo rural*. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia, pp. 1-61, 2008.

CARR, A. "Tropical forest conservation and estuarine ecology". *Biological Conservation*, n. 23, v. 4, pp. 247–259, 1982. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0006-3207(82)90081-7.

CORCUERA, P., & PONCE DE LEÓN, L. "Tendencias de los movimientos conservacionistas y el surgimiento de la Eco-Ética". *Sociológica*, n. 19, v. 56, pp. 199–211, 2004.

DE-SINAC. *Presupuesto 2017*. San José, 2017.

EVANS, S. D. *The green republic: A conservation history of Costa Rica, 1838-1996*. *ProQuest Dissertations and Theses*. University of Kansas: 1997.

FOURNIER, L. A. *Desarrollo y perspectiva del movimiento conservacionista costarricense*. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1991.

GOEBEL, A. "Ciencia, legislación y discurso conservacionista. El 'germen' de los Parques Nacionales en Costa Rica: elementos contextuales y 'matices' analíticos 1833-1955". *Diálogos Revista Electrónica de Historia*, n. 6, v. 2, pp. 1-39, 2005-06.

GOEBEL, A. "Economía, ciencia, y 'liberalismo': Condicionamientos económicos de la institucionalidad científica liberal en Costa Rica. Una invitación al análisis. 1887- 1910". *Diálogos Revista Electrónica de Historia,* n. 7, v. 2, pp. 51-94, 2006-07.

GONZÁLEZ, V. *Análisis histórico de la estructura agropecuaria de Costa Rica: Primeros Indicios*. Costa Rica: Informe Estado de La Nación, 2017.

GRANADOS, C. "El impacto ambiental del café en la historia costarricense". *Revista Diálogos*, n. 4, v. 2, pp. 120-53, 2004.

HALL, C. *El café y el desarrollo histórico-geográfico de Costa Rica*. Editorial Costa Rica y Universidad Nacional. San José, Costa Rica, 1976.

HALL, C. *Costa Rica: una interpretación geográfica con perspectiva histórica.* San José, Costa Rica: Editorial Costa Rica, 1984.

HALL, C. "América Central como región geográfica". *Anuario de Estudios Centroamericanos*, n. 11, v. 2, pp. 5–24, 1985.

ICT. *Plan Nacional de Desarrollo Turístico de Costa Rica*. San José, 2017.

JANZEN, D. H. "The eternal external threat". In: M. E. Soulé (Ed.), *Conservation Biology*. Sunderland: Sinauer, 1986, pp. 286–303.

KAY, C. "Los paradigmas del desarrollo rural en América Latina. Institute of Social Studies, La Haya". En: "El mundo rural en la era de la globalización: incertidumbres y potencialidades". *X Coloquio de Geografía Rural de España de la Asociación de Geógrafos Españoles.* pp. 337-430, 2001.

LARA, J. "Mario Boza, fundador de los parques nacionales: Estamos estafando a los turistas". *La Nación*, 2017.

LIPPMANN, J. O. *Exacted conservation easements*. *ProQuest Dissertations and Theses*. University of California, 2005.

MELÉNDEZ, C. *Costa Rica: Tierra y Poblamiento en la Colonia*. San José: Editorial Costa Rica, 1977.

NEL, M. y ANDREU, L. "Organización y características del turismo rural comunitario en Costa Rica". *Anales de Geografía*, 28 (2), 167-188, 2008.

NORTHRUP, A. D. *The new American conservation movement: New strategies, focus and organizations for the 21st century*. *ProQuest Dissertations and Theses*. University of Nevada, 2012.

PÉREZ J. D. "Entre La Explotación Y La Conservación De Los Recursos Naturales: El Movimiento Conservacionista Americano En La Segunda Mitad Del Siglo XIX". *Historia Actual Online*, n. 1, pp. 57–65, 2003.

PISQUIY, L. *Herederas ancestrales y sus demandas actuales Situación de las mujeres indígenas en Centroamérica*. San José: UICN, Oficina Regional para Mesoamérica, 2008.

PRATT, L. *Logros y retos del turismo costarricense*. San José: INCAE, 2002.

QUIRÓS, L. y SÁNCHEZ, A. *Volcanes y ecoturismo en México y América Central*. Costa Rica: Editorial Universidad Nacional, 2014.

RODRÍGUEZ, G., & RODRÍGUEZ, A. *Problemática agraria de Costa Rica y sus 66 años de historia: 1939-2005*. San José, 2007.

ROSENDAL, G. K., y SCHEI, P. J. "How may REDD+ affect the practical, legal and institutional framework for "Payment for ecosystem services" in Costa Rica?". Ecosystem Services, 9, 75–82. https://doi.org/10.1016/j.ecoser.2014.04.009, 2014.

SANDNER, G. *La colonización agrícola de Costa Rica* (Instituto). San José, 1964.

SARKAR, S. "Diversity: A philosophical perspective". *Diversity*, n. 2, v. 1, pp. 127–41, 2010. https://doi.org/10.3390/d2010127.

SESNIE, S. E. et al. "A spatio-temporal analysis of forest loss related to cocaine trafficking in Central America". Environmental Research Letters, n. 12, v. 5, 2017. https://doi.org/10.1088/1748-9326/aa6fff.

SIERRA, R., et al. *Patrones y factores de cambio de la cobertura forestal natural de Costa Rica*, 1987-2013, (June), 1987–2013. https://doi.org/10.13140/RG.2.2.33135.74406, 2016.

SINAC. *Plan de Acción para la Implementación del Programa de Trabajo sobre Áreas Protegidas de la Convención sobre la Diversidad Biológica*. San José, 2012.

SINAC. *Sistema Nacional de Áreas de Conservación.* Costa Rica, 2017.

TENORIO, L. A. *Las Comunidades indígenas de Costa Rica*. San José: Comisión Nacional de Asuntos Indígenas, 1988.

WALLACE, D. *The Quetzal and the Macaw: the story of Costa Rica's national parks*. San Francisco: Sierra Club Books, 1992.

El patrimonio territorial de la península de Nicoya, Costa Rica: su puesta en valor como atractivo turístico

Meylin Alvarado Sánchez[1]

Introducción

El turismo es una actividad económica de gran relevancia a nivel mundial, su considerable crecimiento en las últimas décadas, ha contribuido de gran manera al Producto Interno Bruto (PIB) de los países, sobre todo en las economías en vías de desarrollo. Por lo que ha sido considerada por la comunidad científica como una de las industrias más grandes del mundo, por encima de la producción petrolera, automotriz y equipos eléctricos (Guzmán et al, 2012).

Además de su gran crecimiento, el turismo a nivel mundial ha experimentado también una profunda diversificación, expansión y competencia entre los destinos, dando origen a una variedad de segmentos turísticos, como el de Sol y Playa, Ecoturismo, Turismo de Aventura, Científico, de Bienestar y Turismo Rural, entre otros. Generando también encadenamientos entre sectores productivos, como el industrial, textil, artesanal, manufacturero, agrícola, pecuario y el sector servicios, influyendo en diferentes espacios geográficos, tanto urbanos como rurales.

Debido a esta dinámica de la actividad turística a nivel mundial, Costa Rica desde los años ochenta, ha venido adaptado sus políticas públicas del sector turístico, hacia la demanda y estándares internacionales. Factor que contribuyó

[1] Geógrafa, Licenciada en Educación Ambiental y Master en Desarrollo Comunitario Sustentable de la Universidad Nacional de Costa Rica. (UNA) Académica de la Escuela de Ciencias Geográficas de la UNA y Doctoranda del Programa de Pós-Graduação em Geografia (PPGEO) de la Universidad del Estado de Río de Janeiro (UERJ) Brasil. Correo electrónico: malvara@una.cr.

a que en los últimos 30 años el turismo se posicionara como una de las principales actividades económicas del país. En este proceso de adaptación, el modelo de turismo tradicional o de sol y playa que prevalecía antes de los años ochenta, se transformó en un turismo más orientado a los recursos naturales, que sentó las bases del denominado Ecoturismo, que predominó en la década los años noventa, evolucionando luego a un segmento basado en las buenas prácticas de sostenibilidad, bajo el nombre de Turismo Sostenible, para finalmente llegar a lo que hoy en día se ofrece como turismo de Experiencia y Bienestar, el cual promueve el estilo de vida local, integrando elementos como los de cultura y naturaleza, mediante su actual marca país, "Esencial Costa Rica", lanzada en el año 2011.

Aunque el país haya adaptado su modelo turístico en los últimos años, la actividad turística, siempre ha estado directamente vinculada al patrimonio de las comunidades rurales, debido a las características del territorio, permeado en estas, específicamente en la década de los años noventa, a través de las organizaciones de base comunitaria que tenían como fin la conservación de sus recursos naturales, en áreas protegidas comunales. Dentro de esa dinámica de conservación, sin percibirlo crearon un atractivo para el segmento de Ecoturismo, llevándolas a adoptar a esta actividad como una alternativa complementaria a sus tareas tradicionales, dando valor turístico a su patrimonio territorial (natural, cultural y modos de vida) a través del Turismo Rural, que cuando es gestionado por sus organizaciones locales se le denomina Turismo Rural Comunitario (TRC)

Uno de los espacios turísticos, del país que más ha experimentado esos procesos de valorización de su patrimonio territorial, es la península de Nicoya, consolidándose como unos de los principales destino turístico a nivel nacional, desarrollando una diversidad de productos turísticos. El presente capítulo muestra aspectos relevantes de la valorización turística del patrimonio territorial de la península de Nicoya, específicamente en los cantones de Nicoya, Hojancha y Nandayure, en la provincia de Guanacaste, Costa Rica.

Descripción del área de estudio

La península de Nicoya, se ubica noroeste del país, en la costa Pacífica, conformada por una extensión de tierra rectangular orientada noroeste-sureste, considerada la península de mayor tamaño de Costa Rica, con 130km de

largo y 40 km de ancho, limitando al norte con el golfo de Papagayo, al sur y oeste con el océano Pacífico, (Alvarado et al, 2008), al este con el Río Tempisque y el golfo de Nicoya, que la separan de la parte continental del territorio costarricense. La parte norte de esta pertenece a la Provincia de Guanacaste (cantones de Santa Cruz, Nicoya, Hojancha y Nandayure), la parte sur pertenece a la provincia de Puntarenas (distritos de Cóbano, Paquera y Lepanto del cantón Central de Puntarenas).

Por su formación geológica predominante, denominada el Complejo de Nicoya, esta península pertenece a las tierras más antiguas de Costa Rica, emergidas desde el periodo Cretácico. Con un relieve formado por colinas, algunas elevadas en la parte meridional, donde las más altas alcanzan los 1000 msnm (Bergoeing, 1998). Sus montañas albergan zonas boscosas y muchas áreas protegidas, como parques nacionales, reservas forestales, zonas de protección, refugios de vida silvestre, corredores biológicos y los humedales en las zonas costeras, pertenecientes al Área de Conservación Tempisque (ACT). Con un clima tropical seco (Aw) de acuerdo la clasificación climática de Köppen, con dos estaciones muy marcadas, una seca y otra lluviosa, (Alvarado, Flores y Miranda, 2018), aun así la parte sur de la península es más lluviosa, caracterizándose como una zona de transición entre el clima seco y el tropical lluvioso.

Culturalmente, este territorio es considerado la frontera sur, de lo que fue, la región mesoamericana, antes de la conquista española. Según Izaguirre (2000) el término de Mesoamérica, fue utilizado por Paul Kirchhoff en 1954, como concepto antropológico, para denominar a la región, tanto geográfica como cultural y ecológica, prehispánica que comprende gran parte de México (sur) y de América Central. Habitada por diversas poblaciones originarias con una gran riqueza cultural, entre ellas los pueblos Maya, Olmeca, Azteca, Tolteca y Zapoteca. Caracterizadas por sus grandes avances culturales, desarrollo de la agricultura (basada en el cultivo del maíz, fríjol, calabaza, tomates, camote, chile, tabaco y algodón), calendáricos, escritura y elaboración de cerámica con estilos propios

En la actualidad, la península de Nicoya, es de gran interés turístico a nivel mundial, al ser declarada como una de las Cinco Zonas Azules de longevidad[2] y la más grande del mundo. Por tal motivo "esta península es estudiada

---

[2] La National Geographic declaro cinco zonas de longevidad alrededor del planeta, denominadas Zonas Azules, estas son: Cerdeña Italia, Loma Linda California, Okinawa Japón, Ikaria Grecia y la Península de Nicoya en Costa Rica.

por científicos internacionales, debido que en ella viven la mayor cantidad de ancianos del país, que superan los cien años de edad en condiciones de buena salud física y mental" (Picón, 2013, p. 98). Esta designación fue publicada por la revista National Geographic, mediante un artículo del periodista estadounidense Dan Buettner, denominado "Los secretos de una vida prolongada". Donde señalaba cinco lugares alrededor del planeta, en los que, por distintas razones, se registraba una inusual y prolongada expectativa de vida, más de 100 años, a los que denominó Zonas Azules (Picón, 2018).

Dichas zonas, se definen como territorios delimitados con características culturales, sociales, productivas y ambientales que promueven una buena calidad de vida y por ende la longevidad en las personas. Dentro de las actividades Socioculturales que caracterizan la Zona Azul de la península de Nicoya, está su cultura gastronómica rural, con el consumo de maíz, frijoles, arroz, frutas, pescado y moluscos. Sus pobladores mantienen huertos y animales domésticos (vacas, gallinas, cerdos) para el autoconsumo, lo que favorece una dieta variada y rica en productos frescos y orgánicos (Picón, 2013).

Para efectos de esta investigación se definió como área de estudio en esta península, al territorio rural establecido por el Instituto de Desarrollo Rural (INDER) en el año 2015, conformado por los cantones de Nandayure, Hojancha y Nicoya, con una superficie de 2160,7 km2 que representa el 21,3% del total provincial. El cantón más extenso es Nicoya con 1.333.68 Km2, seguido de Nandayure con 565,6 km2 y el de menor tamaño es Hojancha, con 261,42 km2. Su población de 69.143 habitantes (INDER, 2016). Este territorio es predominantemente rural, distribuido en poblados dispersos y pueblos concentrados con servicios básicos, Según Argos (2009) los núcleos urbanos de estos corresponden únicamente a las tres cabeceras cantonales, donde Nicoya concentra más del 80% de la población urbana, seguida por Hojancha con un 8.6% y Nandayure, con únicamente el 7.7% de esta.

De acuerdo a la planificación del Instituto Costarricense de Turismo (ICT)[3], este territorio pertenece a la Unidad de Planeamiento Guanacaste, específicamente al Sector Guanacaste Sur, que también comprende los tres cantones mencionados. El principal centro de distribución turístico de este sector es la ciudad de Nicoya, sus principales centros de desarrollo turístico, son las

[3] El ICT, definió 7 unidades de planificación turísticas a nivel nacional, divididas en sectores, basándose en el producto turístico territorial de estas.

playas de Sámara y Punta Islita y sus corredores turísticos playa Sámara a playa Carrillo, de playa Nosara a playa Garza y de playa San Miguel a playa Coyote (ICT, 2017). El mapa 1, muestra la ubicación del área de estudio, en el país y en la península de Nicoya.

Mapa 1: Ubicación del área de estudio en la península de Nicoya.

Fuente: elaboración propia, diseño y edición Lic. Karla Mora Aparicio, 2016.

Patrimonio territorial como concepto

La definición de patrimonio ha sido muy discutida a nivel académico e institucional desde diferentes perspectivas, disciplinas e intereses, generando una amplia categorización del mismo, lo que ha impedido analizarlo de forma integral. La Fundación Instituto Latinoamericano de Museos y Parques (ILAM, 2005) indica que para referirse a este concepto se debe considerar que: el patrimonio funciona y se manifiesta en forma integral y local, se genera en un espacio y tiempo determinado, la comunidad local es la responsable de su preservación y que además este es un factor de desarrollo social y humano. Por

lo tanto, De Carli (2006), lo define como el conjunto de bienes culturales y naturales, tangibles e intangibles, forjados localmente, que una generación hereda y transmite a la siguiente, con el fin de presentar, continuar y acrecentar este legado.

Por su parte la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), como ente rector a nivel internacional, en la declaratoria de Patrimonio de la Humanidad o Patrimonio Mundial, dice que: "el Patrimonio se sub-clasifica en diversos patrimonios con la finalidad de agrupar los distintos tipos de bienes y facilitar su estudio y tratamiento" (ILAM, 2017, p. 3). En la tabla 1, se presenta dicha sub-clasificación, en la que distingue tres tipos de patrimonio: el primero se refiere al patrimonio Cultural, subdividido en Tangible (mueble e inmueble) e Intangible, incluyendo dentro de esta clasificación a las pinturas, libros, objetos domésticos, monumentos, sitios históricos y arquitectónicos, saberes, formas de expresión y lugares. El segundo es el Natural Cultural, que incluye vestigios arqueológicos o históricos, fósiles paleontológicos, subacuáticos y paisaje cultural. La tercera clasificación es la del patrimonio Natural, constituido por formaciones físicas y biológicas, formaciones geológicas y fisiográficas que sean hábitats de especies amenazadas y zonas naturales estrictamente delimitadas de valor universal excepcional

Tabla 1: Clasificación del patrimonio según la UNESCO

CLASIFICACION DEL PATRIMONIO SEGÙN LA UNESCO				
CULTURAL			NATURAL CULTURAL	NATURAL
Tangible		Intangible		
Mueble	Inmueble			
Pinturas, esculturas, libros, maquinarias, equipo de laboratorios, objetos domestico/ de trabajo, objetos para rituales, Material Audiovisual.	Monumentos o sítios históricos, monumentos públicos, monumentos artísticos, conjuntos arquitetônicos, centros de engenheira,	Saberes conocimientos y modos de hacer en la vida cotidiana local. Celebraciones: rituales, festividades y prácticas de la vida social. Formas de expresión: manifestaciones literarias, musicales, plásticas, escénicas lúdicas, entre otras. Lugares: ferias, santuarios, plazas y demás espacios culturales	Vestigios arqueológicos o históricos en su contexto natural original. Fósiles paleontológicos asociados a actividad humana in situ. Vestigios subacuáticos de actividad humana. Paisaje cultural producido en un determinado tiempo y espacio.	Monumentos naturales construidos por formaciones físicas y biológicas. Zonas delimitadas que constituyen habitas de especies animal y vegetal, amenazadas o en peligro de extinción. Reservas de la Biosfera. Zonas naturales estrictamente delimitadas (parques nacionales).

Fuente: Elaboración propia con información de ILAM, 2017

Utilizando esta clasificación, la UNESCO en 1972, presentó el plan denominado "Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural" en el que mostraba una lista de bienes de Patrimonio Mundial de la Humanidad. Según ILAM (2017) Para el 2017, los países de América Latina y el Caribe, aparecían dentro de este inventario con 219 declaratorias, siendo México el país de la región que cuenta con más bienes declarados (45 de estos), seguido por Brasil con 27 y Perú con 23, mientras que Costa Rica, se ubica entre los países que menos declaraciones de patrimonio mundial posee, con

únicamente 5 de estos, por encima de Honduras y Nicaragua que poseen 3, mientras que El Salvador y Puerto Rico cuentan solamente con uno.

En procura de una mejor comprensión y funcionalidad en el uso y aplicación de la clasificación de la UNESCO en la región latinoamericana, ILAM (2017), presentó una adaptación de la misma a través de la división del Patrimonio Cultural en tres patrimonios de igual jerarquía:

- Patrimonio Cultural
  (enfocado en las colecciones culturales muebles)
- Patrimonio Construido
  (enfocado en los bienes culturales inmuebles),
- Patrimonio Intangible
  (enfocado en expresiones culturales intangibles

Manteniendo los otros dos patrimonios (Natural y Cultural Natural) según fueron definidos originalmente y creando además íconos (símbolos), para cada una de estas clasificaciones, con el fin de facilitar su registro y catalogación, como se muestran en la tabla 2.

Tabla 2: Iconos creado por la Fundación ILAM para la clasificación del patrimonio.

ICONOS PARA LA CLASIFICACION DEL PATRIMONIO, SEGÚN ILAM

Cultural	Construido	Intangible	Natural Cultural	Natural

Fuente: ILAM 2017.

Al tomar en cuenta las diversas clasificaciones que existen para clasificar el patrimonio, en un territorio surge también una gran variedad de categorías de recursos, los cuales a partir de un proceso de puesta en valor pueden convertirse en atractivo turísticos.

A esta diversidad de recursos integrados en un espacio geográfico, se le denomina patrimonio territorial y se le asocia con zonas rurales. Al respecto Rubio (2010), indica que cuando en la definición de patrimonio, se incluye el término territorio, se está haciendo referencia al patrimonio rural, porque este integra tanto aspectos naturales como culturales, situación que no sucede en la conceptualización del patrimonio urbano, que solamente se refiere a lo cultural. También Porcal (2011) se refiere a esto, como un avance conceptual, porque enfoque el territorial reconoce la riqueza y especificidad de los bienes patrimoniales que albergan el campo y la montaña, estos como sinónimos de ruralidad.

Al relacionar patrimonio territorial con espacios rurales, se debe tomar en cuenta que en algunas regiones como en Latinoamérica, la definición de ruralidad debe ser homogenizada de una forma clara, útil e integral, debido a que existen diferentes interpretaciones de acuerdo a cada país, donde los autores aun no coinciden en este término. Por lo que Echeverri (2011) dice que frente a esta necesidad, diversas entidades académicas y organizaciones de cooperación internacional han considerado la importancia de redefinir lo rural, relacionándolo también con el concepto de territorio.

Por lo tanto la definición de ruralidad, se relaciona con procesos históricos de construcción sociocultural y económica basados principalmente en los recursos naturales. Según Echeverri (2011, p. 15):

> Esta definición rompe con el dualismo urbano-rural propio de las definiciones tradicionales y establece una nueva forma de relación de densidades, incluyendo concentraciones poblacionales que forman parte de territorios rurales, de centros urbanos con funciones rurales, al tiempo que incluye todos los sectores económicos que tienen lugar en este tipo de territorios, más allá de las actividades agrícolas o de sus encadenamientos directos.

Esos procesos de construcción de los espacios rurales, que integra factores sociales, culturales, económicos y naturales, es lo que da origen a su patrimonio territorial, que se evidencia a partir de su paisaje rural.

El patrimonio territorial constructor del paisaje rural

El paisaje es una realidad compleja y dinámica, compuesta por diferentes elementos, consecuencia de los procesos físicos y antrópicos en el territorio a tra-

vés del tiempo. Por lo tanto, el paisaje rural es la expresión de un territorio percibido y valorado por sus cualidades naturales y culturales, producto de los procesos y soportes que le da identidad. Román (2014), dice que para comprender los paisajes es necesario considerar tres factores fundamentales que intervienen en su generación y las relaciones entre ellos: Los procesos (físicos y antrópicos), el territorio como sustento o soporte y el patrimonio como herencia.

Considerando el valor del patrimonio territorial, como esa herencia constructora del paisaje rural, Rubio (2010, p.113) dice:

> cada unidad del patrimonio rural tiene un valor histórico, artístico, semántico, etnográfico y/o ambiental intrínseco que no es ajeno a su valor posicional, referencial y/o relacional con respecto a otros componentes del territorio y a los territorios que lo rodean; en último término, no se debe olvidar que el patrimonio territorial es un reflejo de las condiciones culturales y ambientales de un territorio en el pasado, de las técnicas que sus habitantes fueron capaces de desarrollar y de la estructura social que mantuvieron.

Haciendo referencia a esta connotación histórica patrimonial de los paisajes, Rodrigues (2008), define paisaje como uno de los resultados de la acumulación de tiempos, es la forma espacial presente, testimonio de formas pasadas que pueden o no persistir. Pero que además todas las definiciones de paisaje, parten de un observador, como si el paisaje no existiera sin alguien que lo observase y que dicha reflexión es impregnada de una connotación cultural e ideológica. Mesquita (2006), también relaciona paisaje con la presencia de un observador, diciendo que este es una construcción de la mirada del espectador, como un mosaico de representaciones, reflejando el aspecto cultural y simbólico del espacio, como un valor agregado al mismo.

Mesquita (2006), dice que la puesta en valor del patrimonio, lo convierte en un recurso, fomentado la recuperación de los mismos, naturales o culturales, por el "comercio de paisajes", condición necesaria de la actividad turística. Dando a los mismos un valor económico y una posibilidad de mercantilización. Lo anterior afirma que el paisaje se entiende como la realidad física que se observa y el patrimonio como su representación simbólica natural, histórica, cultural e identitaria. Por lo tanto, el patrimonio territorial es la herencia propia de la historia de los paisajes rurales.

La puesta en valor turístico del patrimonio territorial

El reconocimiento de la riqueza y especificidad de los bienes patrimoniales que poseen los territorios, así como la creciente revalorización turística de estos, permiten concebir el patrimonio rural como recurso turístico (Porcal, 2011). Dice que esta puesta en valor, es definida por los grupos sociales que gestionan el patrimonio, porque este carga un significante y un significado impreso por estas sociedades. Donde cada grupo elige, crea o recrea su atractivo u objeto turístico, su mercancía, su marca más valiosa, interesante y competitiva, buscando la atención de los consumidores. Esto es afirmado por Mesquita (2006), cuando dice que el atractivo turístico no existe por sí solo, por lo tanto es el resultado de una invención por él y para él.

Esto significa que la misma sociedad, es la que define qué bienes le pertenecen y a la misma vez, les da identidad. Por lo que el patrimonio constituye un instrumento potencial para explicar la historia de un territorio y de la sociedad que lo ha habitado. Esto ha llevado a algunos investigadores a reivindicar la definición de patrimonio territorial, entendiendo que este no es sólo soporte de bienes patrimoniales, sino que además, posee un alto valor patrimonial, que precisa de una adecuada gestión, que aporte a su ordenamiento territorial. Como lo afirma Porcal (2011, p. 763):

> Ciertamente el progresivo enriquecimiento conceptual del patrimonio así como el reconocimiento de la importancia de su dimensión territorial supone un claro avance hacia una visión integrada, y ello debería implicar una gestión también integrada y transversal a través de instrumentos de ordenación territorial.

Esta valorización del patrimonio rural, implica un proceso de reconstrucción histórica, que va más allá de un inventario de recursos o atractivos turísticos, debido a que la palabra "patrimonio" deriva del término en latín "patrimonium" y su significado tiene relación con la herencia y además posee un componente temporal, que obliga a la retrospección. Según González y Castañeda (2011, p. 46):

> a mirar al pasado, a meditar sobre lo que se dejará a los hijos. La concepción de esta herencia, frecuentemente vinculada con lo material, debe explorarse y repensarse en términos más subjetivos e intangibles, ya que también se here-

> da la parte menos visible de la cultura: conductas, hábitos, costumbres, valores, identidades, historia, saberes, formas de vida. La herencia constituye un bagaje bastante amplio que va más allá de la esfera material.

Por lo tanto la puesta en valor del patrimonio se basa en el aprecio, apropiación y consideración social de este. Flores et al (2010) dicen que esta, corresponde al proceso de interpretación de los recursos turísticos locales, creando información, para explicar a los visitantes qué es lo que están viendo, o qué es lo que están experimentando. Es decir, se debe buscar una respuesta al ¿por qué este atractivo es importante para la comunidad? de una forma clara y sencilla. Datos que también son de gran importancia para la recuperación y conservación de los mismos como legado natural o cultural.

Esta condición del patrimonio turístico como legado, lo convierte en un bien merecedor de una adecuada conservación, valorándolo para el conocimiento de un territorio, de una época y de un estilo de vida, porque representan un momento de una sociedad y un periodo de tiempo, resguardando las memorias y las experiencias humanas significativas, con la facultad de trasladar a sus visitantes, observadores y comunidad local a tiempos pasados, por medio de los diversos paisajes, personajes y arquitecturas de diferentes épocas (Ribeiro, 2006).

Los procesos de puesta en valor del patrimonio local, requiere de un proyecto de "desarrollo endógeno", donde el producto turístico se base en función de las fortalezas y necesidades locales, no en las exigencias de la demanda turística; tomando en cuenta también su fragilidad y la necesidad de un control y gestión local de los recursos. Basados en el paradigma de la sostenibilidad, el que tiene como eje principal la calidad de vida del ser humano en la tierra, así como la calidad de vida del planeta. Por lo que una adecuada gestión del patrimonio territorial con valor turístico, requiere de un plan de sostenibilidad, como un instrumento que integre una serie de buenas prácticas en diferentes ámbitos, reflejando el compromiso de los gobiernos locales, las instituciones públicas, la empresa privada y las organizaciones de base comunitaria; en la implementación de estas, procurando el buen estado del entorno natural y cultural de la comunidad (Alvarado y Miranda, 2018).

La puesta en valor turístico del patrimonio territorial de la península de Nicoya, cantones de Nicoya, Hojancha y Nandayure

En la puesta en valor del patrimonio territorial de la península de Nicoya, específicamente en los cantones de Nicoya, Hojancha y Nandayure de la provincia de Guanacaste, intervienen diferentes actores. El ICT, como ente rector de la actividad turística a nivel nacional, en conjunto con diferentes instituciones, como las universidades públicas, el Instituto de Desarrollo Rural (INDER), El Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ) Ministerio del Ambiente (MINAE), el Sistema de Áreas de Conservación (SINAC), el Ministerio de Economía y Comercio Exterior (MEIC), el Ministerio de Salud (MINSA) el Instituto de Fomento y Asesoría Municipal (IFAM), El Instituto Nacional de Aprendizaje (INA) la Cooperación Internacional, las Organizaciones no Gubernamentales (ONG`s), los Gobierno Locales (municipalidades) y las organizaciones locales, que aúnan esfuerzos para demostrar la diversidad patrimonial de esta, con el fin de gestionar un turismo diferente al de Sol y Playa, como alternativa económica, complementaria a sus actividades tradicionales.

Alternativa fundamentada en la definición de TRC, que se refiere a la participación activa de la población local a través de grupos organizados que gestionen sus recursos de manera sostenible, de acuerdo a lo establecido por la Ley 8724 (Ley Fomento del Turismo Rural Comunitario) que lo define como: "experiencias turísticas planificadas e integradas sostenidas al medio rural y desarrolladas por los pobladores locales organizados para beneficio de la comunidad, basada en la sostenibilidad". (Ley No 8724, Asamblea Legislativa de Costa Rica, 17 de julio de 2009).

Los mecanismos de coordinación entre estos actores en el área de estudio, se hace a través de las diferentes entidades de planificación, creados en su territorio, basados en temas relacionados con el desarrollo rural, el Turismo y la agricultura, como son:

Los Consejos Territoriales de Desarrollo Rural (CTDR), coordinados por el INDER, el cual tiene como función la coordinación, articulación y gestión del desarrollo rural, así como la formulación de los planes de Desarrollo Rural Territorial. Involucran a diferentes actores sociales, empresa privada representantes de instituciones públicas y gobiernos locales, promoviendo una participación real y activa de la sociedad civil en la priorización y articulación

en cada uno de los Territorios Rurales (unidades geográficas dedicadas principalmente al desarrollo de actividades agrarias y no agrarias, conformado por uno o varios cantones, o algunos de sus distritos, que presentan características comunes, sean físicas, económicas o culturales). El área de estudio, pertenece al Consejo Territorial de Desarrollo Rural Nandayure-Hojancha-Nicoya, creado en el 2015 y presentado en el Plan de Desarrollo Rural Territorial 2016-2021, INDER (2016)

Las Unidades de Planeamiento Turístico (UPT), que representan espacios geográficos con características particulares en las que ocurre o se posibilita en forma macro, un desarrollo turístico determinado por factores ambientales, sociales, culturales, económicos y políticos. Es la división de rango superior que engloba los elementos del patrimonio que integran el concepto de destino país. El territorio costarricense está dividido en siete unidades, que con la finalidad de aplicar programas particulares de gestión del espacio turístico, se subdividen en sectores que abarcan un territorio con gran concentración de actividades turísticas o en el que el turismo es la actividad económica preferente (ICT, 2017). El área de estudio pertenece a la Unidad de Planeamiento Turístico Guanacaste y al Sector Guanacaste Sur.

Los Consejos Sectoriales Locales (COSELES), creados bajo Decreto Nº 32488, del MAG, en el año 2005, donde participan todas las instituciones públicas vinculadas con el sector agropecuario e intervienen en cada cantón (Nandayure, Hojancha y Nicoya), los que coordinan programas y proyectos agropecuarios específicos y los gobiernos locales. Estos consejos mantienen una relación directa con los productores y sus organizaciones, dándoles apoyo y acompañamiento necesario en busca de alternativas complementarias, como el turismo rural.

Por su parte, los actores principales que inciden directamente en la definición de la puesta en valor del patrimonio rural del área de estudio, son las organizaciones locales, que gestionan la actividad turística a través de diferentes grupos organizados, como:

- Asociaciones: ambientalistas, de desarrollo integral, de mujeres productoras artesanales, de comunidad indígena, de productores agrícolas, de comerciantes, de apicultores, de boteros, de iniciativas y pequeños empresarios turísticos, de guías de turismo, de ganaderos, de pescadores y de la Zona Azul en general.

- Cámaras: de ganaderos y de turismo, Cámara de Turismo y de Comerciantes.
- Cooperativas: de productores agrícolas (café y frutales) de artesanos con museos comunitarios, de transportes y tours, de servicios eléctricos y comerciales
- Iniciativas familiares privadas, con alguna oferta turística, como restaurante (comidas y bebidas típicas guanacastecas) productos artesanales y orgánicos, parques temáticos (tipo antigua hacienda Guanacasteca) y fincas integrales que se encadenan entre sí para ofrecer sus productos.

La puesta en valor turístico del patrimonio territorial del área en estudio, se describe en las siguientes tablas, clasificado en forma general como patrimonio natural y cultural y los productos que se generan a través de su valoración:

Patrimonio Natural: por su condición de ruralidad los tres cantones, cuentan con una gran diversidad de patrimonios naturales los subtipos más representativas son las playas y las áreas protegidas.

Las Playas: el ICT, por medio Plan Nacional de Desarrollo Turístico de Costa Rica, 2017-21, define para el sector Guanacaste Sur, dos centros de desarrollo turístico, tres corredores de estadía turística. La siguiente tabla muestra la puesta en valor de este patrimonio y los productos turísticos que aquí se presenta.

Tabla 3: Puesta en valor turístico de las playas, como patrimonio natural en la península de Nicoya.

Puesta en Valor Turístico de las Playas	Productos Turísticos
La península es uno de los principales destinos turísticos de sol y playa del país, sus playas pertenecientes a las costas del Océano Pacífico, arenosas y de diversos colores, con aguas azules y cálidas, con brisas nocturnas y un largo periodo seco durante el año. Condición que les permite observar puestas de sol o atardeceres. Las características de su oleaje, las ubican entre los cinco puntos más conocidos del mundo para la práctica el surf. También se puede pescar, nadar y bucear. La mayoría de ellas están cerca de centros de población que brindan a los turistas variedad de servicios y atracciones. Algunas son lugares de desove de tortugas, definidos como Parques Marinos. El ICT, identifica 13 playas distribuidas en los tres cantones, de las cuales 7 contaban con el certificado de Bandera Azul Ecológica, en el 2017.	Turismo de Sol y Playa Turismo de Aventura Turismo de Deportes Ecoturismo Turismo Científico Turismo de Bienestar

Fuente: Elaboración propia, con información de trabajo de campo y del ICT (2009), (2017).

Las Áreas Protegidas: el territorio en estudio cuenta, pertenece al Área de Conservación Tempisque (ACT) con una diversidad de áreas protegidas, Tres Parques Nacionales (PN), siete Refugios Nacional de Vida Silvestre (RNVS), tres Zona Protectoras (ZP), dos Humedales RAMSAR[4]y dos Corredores Biológico (CB). Declaradas por el SINAC además de albergar en este territorio a la Reserva Biológica Nosara, de carácter privado y al Árbol de Guanacaste, declarado Símbolo Nacional. Muchas de estas se encuentran en los márgenes del río Tempisque, (cuenca baja), en la zona conocida como la llanura del Tempisque. La tabla 4, presentan la información que da puesta en valor a este tipo de patrimonio (Mapa 2),

[4] La La Convención RAMSAR, es un tratado intergubernamental que procura la conservación y el uso racional de los humedales de importancia internacional, firmada en Ramsar, Irán en 1971.

Mapa 2: Áreas protegidas de la península de Nicoya, en Costa Rica.

Fuente: Elaboración propia, diseño y edición Lic. Karla Mora Aparicio,2016.

Tabla 4: Puesta en valor turístico de las áreas protegidas, como patrimonio natural en la península de Nicoya

Puesta en Valor Turístico de las Áreas Protegidas	Productos Turísticos
Distribuidas por toda la península, marinas y terrestres, permiten la protección y recuperación de diversos ecosistemas, extensiones de bosques, zonas de anidación para aves marinas y reptiles, protección hídrica y de cavernas, miradores. El ICT y otros actores, definieron la "Ruta de las Aves". Que integra a la mayoría de estas áreas. Cuenta con humedales con declaratoria internacional de acuerdo a la convención RAMSAR. Y el árbol de Guanacaste, declarado símbolo nacional mediante Decreto Ejecutivo N° 7, Publicado en "La Gaceta" N°198 del 3 de setiembre de 1959. En las montañas de Hojancha, perteneciente al Corredor Biológico Hojancha Nandayure, se ubica la Catarata más grande de Centroamérica, denominada el Salto del Calvo, compuesta por dos caídas de agua separadas entre sí por 175mts las cuales miden 350 y 300 metros de altura cada una.	Ecoturismo. Turismo Científico Turismo de aventura. Turismo de Intereses Especiales

Fuente: Elaboración propia, con información de trabajo de campo y del ICT (2009), (2017).

Patrimonio Cultural: a pesar de que durante muchos años el patrimonio cultural de la península fue ignorado por los gestores del turismo, con la evolución de los modelos de desarrollo turístico nacional y la marca país (Esencial Costa Rica), surgen iniciativas tanto a nivel del país, como a nivel local, para ofertar este como parte del producto turístico, destacando los siguientes:

Celebraciones típicas: con fiestas típicas y patronales, con corridas de toros (Monta Guanacasteca), topes, cabalgatas, bailes, danza folclórica y desfile de boyeros, haciendo alusión al modo de vida del Sabanero.[5] Otra es las celebraciones de la Anexión del Partido de Nicoya, la tabla 5, describe su puesta en valor.

Tabla 5: Puesta en valor turístico de las celebraciones típicas, como patrimonio cultural en la península de Nicoya

Puesta en Valor Turístico de las Celebraciones típicas	Productos Turísticos
Usualmente desarrolladas sobre conceptos de diversión y comidas típicas, que representan las actividades tradicionales de las antiguas haciendas en la provincia. **Modo de vida del Sabanero de las grandes haciendas,** en la época colonial y después de esta. el 13 de noviembre se declara, como el día Nacional del Sabanero, Mediante Decreto de la Asamblea Legislativa, Nº 8394, Publicado en la Gaceta Nº 216, del 10 de Noviembre, del 2003 La Anexión del Partido de Nicoya, al Estado de Costa Rica, el 25 de julio de 1824. Es una efeméride, se conmemora en todo el país y especialmente en la península, con diferentes actividades culturales, que atraen a personas de todo el país y el extranjero. Las fiestas religiosas, de los patronos de las tres ciudades principales y otros santos, convocan a muchos devotos y turistas. Como la celebración de la Cofradía de "Nuestra Señorita Virgen de Guadalupe", ciudad de Nicoya, declarada Patrimonio Cultural Inmaterial del cantón y de la provincia de Guanacaste. La Gaceta N° 83, viernes 2 de mayo de 2014, Decreto Ejecutivo N° 38290-C. La "Pica e' leña" es una tradición que existe desde hace más de 450 años, y está relacionada con la Cofradía.	Turismo Cultural, Turismo Religioso

Fuente: Elaboración propia, con información de trabajo de campo y del Centro de Conservación del Patrimonio Cultural (2019).

[5] Personaje que modeló el ser guanacasteco, que realizaba el cuidado del ganado, junto a su caballo, en las grandes haciendas en la provincia de Guanacaste, que heredó muchas tradiciones locales, que se reflejan en la Guanacastequidad (Gardela, 2010).

Instrumentos musicales y danzas típicas: la marimba es el instrumento musical típico de la península y del país en general, fue declarada símbolo nacional y se decretó el día nacional de la marimba. Esta es de origen africano, llegó al continente americano a través de los esclavos negros en el período colonial. Con respecto a las danzas típicas, estas también hacen referencia a la época colonial y vida del sabanero, cuando existían las grandes haciendas y se bailan en las celebraciones en todo el país, estas se muestran en la tabla 6.

Tabla 6: Puesta en valor turístico de los instrumentos musicales y danzas típicas, como patrimonio cultural en la península de Nicoya

Puesta en Valor Turístico de los Instrumentos musicales y danzas típicas	Productos Turísticos
La música típica de marimba acompaña todas las festividades. Esta fue declarada Instrumento Musical Nacional, mediante decreto Ejecutivo N° 25114-C Publicado en La Gaceta N° 167 del 3 de setiembre de 1996. Se declara el Día del Marimbista, el 29 de agosto, mediante Decreto Ejecutivo N° 31953-C, Publicado La Gaceta" N° 183 del 20 de setiembre de 2004. El Decreto Ejecutivo N° 39113-C, declara el 25 de julio, como día de la marimba, Patrimonio cultural de la nación. Publicado en "La Gaceta" N° 174 del lunes 7 de setiembre de 2015. Otro instrumento típico es el denominado Quijongo Guanacasteco, el Ministerio de Cultura y Juventud, con el propósito de promover la salvaguardia de este instrumento, creó una guía, para dar a conocer cómo se construye y ejecuta este, promoviendo su uso. Su origen se atribuye a la influencia de los esclavos africanos traídos por los colonizadores europeos en el siglo XVI, para trabajar en las haciendas. Otros dicen que es de origen Indígena Chorotega, desde antes de la colonia (Méndez y Cabalceta, 2018) La Danza Típica de Guanacaste, basada en Música de marimba, guitarra y quijongo (Punto Guanacasteco, el Torito, Baile de la Yegüita, el Caballito Nicoyano, entre otros).	Turismo Cultural

Fuente: Elaboración propia, con información de trabajo de campo, datos de Méndez y Cabalceta (2018) y del Centro de Conservación del Patrimonio Cultural (2019) y

La gastronomía típica: el maíz, como producto autóctono del área de estudio, es el ingrediente principal de los platillos típicos. La producción de animales domésticos, también aportan a la diversidad de su gastronomía, junto

con las bebidas fermentadas tradicionales, como el vino de coyol y el chicheme. La tabla 7, se refiere a esta como patrimonio cultural.

Tabla 7: Puesta en valor turístico de la gastronomía típica, como patrimonio cultural en la península de Nicoya

Puesta en Valor Turístico de La Gastronomía Típica	Productos Turísticos
Es reconocida a nivel nacional e internacional como uno de los factores de la longevidad de la península, herencia de los ancestros Chorotegas, basada en productos del maíz, que en sus variedades autóctonas, fue declarado Patrimonio Cultural de Costa Rica Publicado en la Gaceta 21 de agosto del 2014, mediante decreto Nº 38538-C-MAG. El maíz originario de Mesoamérica, se remonta a 3.000 años A.C. en la península. En Corralillo de Nicoya se celebra el Festival de la Tortilla. Además por ser una zona ganadera, abundan los productos lácteos. La carne de animales domésticos, y se ofrecen en las festividades, en platillos como la "Gallina Achotada" y los chicharrones. Una bebida típica fermentada es el vino de coyol. Una savia que se extrae de una palmera llamada Coyol *(Acrocomia Vinífera),* y se considera otra herencia chorotega. Existen restaurantes temáticos, como el Sitio de Don Pedro en Nicoya y las Coyoleras de Nambí de Nicoya,. El Mercado Nicoa, una feria permanente en la ciudad de Nicoya.	Turismo Cultural Turismo Gastronómico

Fuente: Elaboración propia, con información de trabajo de campo y del Centro de Conservación del Patrimonio Cultural (2019).

Producción Agropecuaria y Extractiva: en los tres cantones hay una gran producción agrícola y pecuaria, una de las principales actividades económicas desarrolladas en el siglo XIX fue la ganadería, esta se tornó lucrativa, principalmente con el ganado de que se traía a un bajo precio desde Nicaragua y que luego se comercializaba en Puntarenas y las principales ciudades del centro del país. A raíz de esta actividad, aumentó el número de fincas en la península; las grandes propiedades ganaderas se asentaron en los alrededores de Nicoya (parte baja) y las fincas pequeñas se encontraban dispersas a lo largo de las tierras altas (Argos, 2009).

Algunos productores combinan la ganadería con la producción de arroz, frijoles y también pequeños plantíos de caña de azúcar. En las partes altas de Hojancha y Nandayure, se cuenta con una producción significante de café y naranjas. En las comunidades cercanas al río Tempisque y golfo de Nicoya, se

extraen moluscos, camarones y peces de forma artesanal, de la misma forma las antiguas salineras de la comunidad de Copal de Nicoya, que formaban parte de la gran producción de sal para el consumo nacional, que decayó desde la década de los años ochenta, cuando el país inicia la importación de sal para consumo humano desde México, su infraestructura en su mayoría fue utilizada para camaroneras y otras se mantienen por pequeños microempresarios productores de sal para ganado, la puesta en valor turístico de estas actividades productivas se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 8: Puesta en valor turístico de la producción agropecuaria y extractiva, como patrimonio cultural en la península de Nicoya

Puesta en Valor Turístico de la Producción Agropecuaria y Extractiva	Productos Turísticos
En la zona ganadera de Nicoya, se creo la Ruta de la Leche: conformada por los caminos rurales que llevan a las principales comunidades productoras de leche, su recorrido es de 60 km aproximadamente y abarca 14 comunidades del cantón de Nicoya. En esta ruta, se realizan actividades turísticas. La Asociación de Emprendedores de Hojancha, cuentan con el Proyecto de Desarrollo Turístico Rural de Hojancha y los emprendimientos turísticos familiares en la parte alta de Nicoya, ofrecen productos turísticos en los que combinan trapiche y venta de comidas típicas del cantón, con el tour llamado, El Trapiche de Nelito. En las plantaciones de café, hay tours diseñado para mostrar el proceso completo de la producción del café, ofrecido por Coopepilangosta como Tour del Café Diriá, en Hojancha. Coopercerroazul, realiza el tour del café en Cerro Azul de Nandayure, combinado con la producción de naranjas y los recursos naturales locales, como los miradores desde el cerro de mayor altitud de la península (1000 msnm) y otros. En Copal de Nicoya, las antiguas salinas son ofertadas por guías turísticos locales, donde explican el proceso de la extracción de la sal, complementados con otros atractivos, en Corral de Piedra de Nicoya, se hacen tours para visitar los antiguos "concheros" resultado de la extracción de moluscos en el río Tempisque.	Tour de Café, Fincas Integrales. Turismo de intereses especiales Turismo Alternativo Turismo cultural

Fuente: Elaboración propia, con información de trabajo de campo y del Centro de Conservación del Patrimonio Cultural (2019).

Territorio Indígena Matambú y la Cerámica Chorotega: este territorio es el único de la etnia Chorotega que existe en el país, se ubica en el cantón de Hojancha, cuenta con diversas organizaciones de base local, que trabajan por la diversificación de actividades productivas, complementándolas con el turismo. Por su parte la tradición de elaboración de cerámica, aunque fue heredada por los indígenas Chorotegas, la mayor producción no se da en Matambú, sino más bien, en San Vicente de Nicoya, esta tradición ancestral, ha recibido varias denominaciones como patrimonio cultural, está incluida en recorridos o tours locales y sus creadores participan en diversas ferias nacionales. En la tabla 9, se especifica su importancia turística.

Tabla 9: Puesta en valor turístico del territorio indígena Matambú y la cerámica Chorotega, como patrimonio cultural en la península de Nicoya

Puesta en Valor Turístico del Territorio Indígena Matambú	Productos Turísticos
Es el único territorio de la etnia Chorotega, fue declarado por el Gobierno de la República, mediante Decreto 6036-G de 26 de mayo de 1976 Gaceta 113 de 12 de junio de 1976, (artículo 10) como uno de los 24 territorios indígenas de Costa Rica. El Tour del Café Diriá y la empresa Matambú Tours ofrecen recorridos por el territorio, incluyendo naturaleza y cultural local. Mujeres emprendedoras ofrecen sus productos en ferias locales. El Comité de Cultura y Rescate de las tradiciones, de la Asociación de Desarrollo Integral de Matambú, Mantabungueñas, celebra la feria del Maíz, como producto autóctono.	Turismo Indígena. Etnoturismo, Turismo cultural, Turismo Rural y Ecoturismo
La Cerámica Chorotega es el único producto artesanal de origen indígena Chorotega, con estas características que prevalece en la actualidad en el país. Además de ser un símbolo de identidad, se trata del primer producto no alimentario que logra una Denominación de Origen en América Central. Cuenta con u Eco-museo de la Cerámica Chorotega en San Vicente de Nicoya, donde se da la mayor producción de esta. La tradición artesanal de manufactura de objetos cerámicos con motivos chorotegas, fue declarada patrimonio cultural inmaterial de Guanacaste. La Gaceta N° 153, 12 de agosto de 2013. Decreto Ejecutivo N° 37824-C. También cuenta con la Declaratoria de Interés Público. La Gaceta N° 153, 12 de agosto de 2013, Decreto Ejecutivo N° 37823-C. La Ruta Chorotega, ofrece como uno de sus atractivos esta tradición milenaria.	Turismo cultural

Fuente: Elaboración propia, con información de trabajo de campo y del Centro de Conservación del Patrimonio Cultural (2019).

La Infraestructura declarada Patrimonio Cultural Material Arquitectónico, por el MCJ: esta se ubica únicamente en el cantón de Nicoya, por poseer este la ciudad más antigua de la provincia, que data desde la época colonial. Son tres las edificaciones declaradas patrimonio (Tabla 10), una en el centro de la ciudad de Nicoya (la Iglesia San Blas) y las otras dos en el distrito de Quebrada Honda (escuela e iglesia católica).

Tabla 10: Puesta en valor turístico del patrimonio arquitectónico, como patrimonio cultural en la península de Nicoya

Puesta en Valor Turístico del Patrimonio Arquitectónico	Productos Turísticos
Estas representan la historia de la península, con características arquitectónicas y constructivas de períodos anteriores, que los convierte en expresiones únicas e irrepetibles, muestran la identidad de sus pueblos. La Iglesia San Blas de Nicoya en el XVI; la primera que se construyó en el país, en la época colonial. Declarado mediante Decreto 24721-C, publicado en la Gaceta Nº 210, el 06 del 11 de 1995. La Escuela Andrés Briceño en Quebrada Honda de Nicoya, mediante Decreto 33673-C publicado en La Gaceta Nº 64 y el templo católico San Andrés, Quebrada Honda de Nicoya, mediante Decreto 31479-MCJD, publicado en La Gaceta Nº 228, el 26 del 11 del 2003.	Turismo cultural

Fuente: Elaboración propia, con información de trabajo de campo y del Centro de Conservación del Patrimonio Cultural (2019).

Declaratoria Mundial: la Declaratoria de la península de Nicoya como una de las cinco Zonas Azules del Mundo, Es la más importante puesta en valor de este territorio, porque integra todos los aspectos de la herencia territorial de esta, lo que ha llamado la atención de muchos investigadores y turistas a nivel internacional. La tabla 11, presenta su puesta en valor.

Tabla 11: Puesta en valor turístico de la Zona Azul, como patrimonio cultural en la península de Nicoya

Puesta en Valor Turístico de la Zona Azul c	Productos Turísticos
Al ser declarada Zona Azul del mundo destaca a la península a nivel mundial, muchos investigadores y turistas interesados en los temas culturales y gastronómicos están poniendo sus ojos en ella. Esta declaratoria destaca el modo de vida rural de sus habitantes y el consumo de productos orgánicos, granos básicos, animales domésticos y frutos del mar, además de las características del suelo y el agua de consumo humano con muchos minerales por el origen geológico de sus rocas. Dicha declaratoria genera nuevos productos turísticos y productos con identidad territorial (Zona Azul), que pueden originar una Denominación de Origen. Actualmente se están promoviendo diversos productos con identidad de Zona Azul, cerveza artesanal, café, productos de maíz, artesanía, sal entre otros. La Feria Azul, se realizó en el 2018, con emprendedores de toda la península En noviembre del 2017, se realizó e n Nicoya el encuentro de todas las zonas azules del mundo, Encuentro declarado de Interés Nacional, por el Gobierno de Costa Rica, decreto N° 40438-MP-S-C. También se creó La Ley N° 9.557, Declaración de Los Cantones de Nicoya, Carrillo, Santa Cruz, Hojancha, Nandayure y de Los Distritos Administrativos de Cóbano, Lepanto, Paquera y las Islas del Golfo De Nicoya, Como Zona Especial de Longevidad, publicado en la Gaceta N° 111, del 21 de junio del 2018. Como política pública, surge el proyecto ·Nicoya Azul", de la Asamblea Legislativa y la UNA, pretenden crear rutas turísticas integrales en la península.	Turismo Científico. Turismo de Salud y Bienestar Turismo Cultural Turismo gastronómico Turismo Inclusivo. Marca con identidad de Zona Azul o Blue Zone,

Fuente: Elaboración propia, con información de trabajo de campo, datos de Picón (2018) y La ley 9557.

Como lo muestran las tablas anteriores, son muchas las entidades que han designado al patrimonio territorial de la península de Nicoya alguna declaratoria, nominación o categoría, que aporta a la puesta en valor turístico de este. Entre los que destacan: dos Patrimonios Cultural Inmaterial, tres Patrimonios Cultural Material Arquitectónico, un Patrimonio Cultura Nacional, una Declaratoria de Interés Público, un Territorio Indígena con Identidad Chorotega, tres celebraciones y conmemoraciones a nivel nacional, dos Símbolos Nacionales, Una Denominación de Origen no alimentaria (Única en Centroamérica), una Efeméride Nacional, como un hecho histórico, referido a la Anexión del Partido de Nicoya a Costa Rica, Una declaratoria Mundial como Zona Azul

del Mundo, la única de Latinoamérica, que también generó un decreto de Ley de la República de Costa Rica.

Aun cuando, la península de Nicoya, posee una gran diversidad en patrimonial basado en la cultural local, es el patrimonio de tipo natural (playas y áreas protegidas) el que posee mayor potencial turístico, esto lo afirma el ICT, en su "Encuesta Aérea de no Residentes" 2017, aplicada en el Aeropuerto Internacional Daniel Oduber Quirós, de Liberia Guanacaste, la cual reflejo que la mayoría de actividades realizadas los turistas en la provincia de Guanacaste, tenían relación con el producto de Sol y Playa (93%), un 83,7 % y un 73, 7%, de las actividades se relacionaron con Ecoturismo y Aventura respectivamente. Un 60,4 %, de actividades fueron del producto de turismo Cultural, mientras un 58% de turismo de Bienestar y solamente un 22,6 %, señaló que hizo turismo de Deportes (ICT, 2017).

Consideraciones Finales

Al retomar la definición de patrimonio desde una visión territorializada, se revaloriza la importancia de los espacios rurales, incentivando el desarrollo turístico de los mismos, superando el argumento patrimonial que se refería únicamente a los núcleos urbanos y específicamente, a las ciudades históricas. Por lo tanto, dicha valoración integra tanto recursos naturales como culturales, que forman parte de los paisajes rurales, como la realidad física que se observa y el patrimonio como su representación simbólica natural, histórica, cultural que les da identidad. Esta puesta en valor, deber ser asignadas por los grupos sociales locales, porque son los que han identificado su importancia a través de diferentes generaciones, incluyendo sus necesidades de protección y de gestión, convirtiéndolos en recursos turísticos, que pueden ser ofertados por sí mismo o encadenados con otros, a través de productos turísticos diferenciados.

El patrimonio territorial de la península de Nicoya, es variado y se basa en la herencia de los procesos físicos naturales y en el legado cultural de los pueblos indígenas autóctonos, que habitaban el territorio antes de la colonia, la de colonizadores europeos y la de los africanos que fueron traídos durante este periodo, para trabajar en las haciendas. El mestizaje que se dio entre estos grupos étnicos, dio origen al personaje del sabanero, actor de gran importancia en el desarrollo cultural y económico de la zona. Además del aporte que ha recibido desde mediados del siglo pasado, de los campesinos del centro del país, que

migraron a las partes altas de la península, en busca de tierras para el cultivo del café, que llegaron a diversificar las actividades culturales locales.

Lo anterior, aunado a la diversidad de actores que le dan valor a este patrimonio en la península, ha generado también muchos productos y rutas turísticas, que se pueden incluir dentro de diferentes segmentos de la demanda turística, lo que demuestra que su potencial turístico va más allá del turismo de Sol y Playa o Naturaleza.

Desde el punto de vista espacial, se puede identificar que estos productos turísticos están distribuidos en todo el área de estudio y se diferencian de acuerdo a las características físicas (geología, geomorfología y altitudes) y actividades culturales (usos de la tierra y tradiciones). Información que se puede analizar integralmente desde el enfoque territorial, de manera que permitan identificar elementos homogeneizadores y definir zonas o unidades turísticas, como un aporte a la planificación territorial del turismo de la península.

Referencias

ALVARADO, M. Y MIRANDA, P. "Planes de sostenibilidad turística para el turismo rural comunitario de Costa Rica: Metodología para su Elaboración". En: MARAFÓN G et al (Ed). *Estudos territoriais no Brasil e na Costa Rica*. Rio de Janeiro: EDUERJ, pp. 197 – 214, 2018.

ALVARADO, M.; MIRANDA, A. Y FLORES, M. "Planificación turística en comunidades rurales: Caso de isla de Chira, Corral de Piedra y San Juan en el golfo y península de Nicoya, Costa Rica". *Geo UERJ*. Universidad Estadual de Rio de Janeiro, Brasil, n. 33, pp 1-20. L, 2018.

ARGOS. *Dinámica territorial del desarrollo turístico costero: Unidad Turística Guanacaste Sur. San José de Costa Rica*. California y Washingnton: Center on Ecotourism and Sustainable Development A Nonprofit Research Organization, Stanford University and Washington, DC, 2009.

ASAMBLEA LEGISLATIVA DE COSTA RICA. *Ley 8724*, "Ley de fomento del Turismo Rural Comunitario", 17 de julio de 2009.

ASAMBLEA LEGISLATIVA DE COSTA RICA. *Ley N° 9.557*, "Declaración de los cantones de Nicoya, Carrillo, Santa Cruz, Hojancha, Nandayure y de los distri-

tos administrativos de Cóbano, Lepanto, Paquera y las Islas del Golfo de Nicoya, como Zona Especial de Longevidad, con la finalidad de garantizar la promoción, la protección y el mantenimiento de estilos de vida saludables de la Zona". La Gaceta n. 111, del 21 de junio del 2018.

BERGOEING, J. *Geomorfología de Costa Rica*. San José Costa Rica, Instituto Geográfico Nacional, 1998.

DE CARLI, G. "Un museo sostenible: Museo y comunidad en la preservación activa de su patrimonio". *UNESCO*. San José, Costa Rica, 2006.

ECHEVERRI, R. "Reflexiones sobre lo rural: economía rural, economía de territorios. En: Hacia una nueva definición de "rural" con fines estadísticos en América Latina", *Comisión Económica para América Latina*. Santiago de Chile, CEPAL, pp.13-20, 2011.

FLORES, M. et al. "Elementos básicos para el diseño de productos turísticos comunitarios: experiencia desarrollada en el golfo de Nicoya, Costa Rica". *Revista Suma de Negocios,* Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Fundación Universitaria Konrad Lorenz, Bogotá – Colombia, v. 1, n. 1, pp. 25-44, 2010.

ILAM. "Informe final Proyecto museos y comunidades para el desarrollo". *UNESCO*. San José, Costa Rica, 2005.

ILAM. *Los diversos patrimonio*. San José, Costa Rica, Ediciones ILAM, 2017.

GARDELA, T. *Diccionario de guanacastequismos, programa Vivamos la Guanacastequidad.* Dirección Regional de Educación, de Liberia, Guanacaste, Costa Rica, 2010.

GONZÁLEZ, L y CASTAÑEDA, R. "Geografía turística o Geografía del turismo? La importancia del territorio". In: LÓPEZ, A et al (Ed) *Lo Glocal y el Turismo nuevos paradigmas de interpretación*. Distrito Federal México, pp. 54-72, Academia Mexicana de Investigación Turística A.C, Universidad de Guadalajara, 2011.

GUZMÁN, A.; MAYO, A. Y PÉREZ, B. *Turismo: Enfoque global.* Primera Edición, Universidad Juárez Autónoma De Tabasco Av. Universidad s/n. Zona de la Cultura Col. Magisterial, C.P. 86040 Villahermosa, Centro, Tabasco, 2012.

ICT. *Actualización del Plan de Uso del Suelo y Desarrollo Turístico de Guanacaste Sur*, 2009.

ICT. *Encuesta aérea de no residentes, Aeropuerto Internacional Daniel Oduber Quirós*. Dirección de Planeamiento y Desarrollo Turístico Unidad de Administración de la Información, 2017.

ICT. *Plan Nacional de Desarrollo Turístico de Costa Rica. 2017-2020*, 2017.

INDER. *Plan de Desarrollo Rural Territorial 2016-2021.* Consejo Territorial de Desarrollo Rural Nandayure-Hojancha-Nicoya, 2016.

IZAGUIRRE, J. "Frontera y zona fronteriza en Mesoamérica prehistórica, el caso de Honduras". Yaxkin. Tegucigalpa: *IHAH*, v. XIX, n. 1, pp. 77-118, 2000.

MAG. *Decreto Nº 32488*, "De los Comités Sectoriales Regionales Agropecuarios (CSRA) y de los Comités Sectoriales Locales (COSEL), de su constitución y funciones", 2005.

MÉNDEZ, A. Y CABALCETA, K. *Guía para la construcción y ejecución del quijongo guanacasteco: basado en la experiencia con el maestro Isidoro Guadamuz de la O.* Ministerio de Cultura y Juventud, Dirección de Cultura. San José, Costa Rica, 2018.

MESQUITA, E. "Um olhar sócio-geográfico sobre o turismo". In *Em Questão*, Porto Alegre, V.12, nº 2, jun/ dez 2006.

PICÓN, J. "Estrategia de desarrollo local sustentable en el golfo de Nicoya, Costa Rica". *Tesis*, para optar al grado de Doctor en Desarrollo Sustentable del Centro Latinoamericano de Desarrollo Sustentable (CLADES) de la Universidad Bolivariana de Chile, 2013.

PICÓN, J. "Cultura ambiental y estilos de vida en la península de Nicoya". In NUÑES, R. y MARIN, J. *Guanacaste vive, la historia de Guanacaste en el marco del desarrollo socioregional 1820-2012*. Guanacaste, Costa Rica: Nuevas Perspectivas, Coopeguanacaste, pp. 259-277, 2018.

PORCAL, M. "El Patrimonio rural como recurso turístico. La puesta en valor turístico de infraestructuras territoriales (rutas y caminos) en las áreas de montaña del País

Vasco y de Navarra". *Cuadernos de Turismo*, Universidad de Murcia, n. 27, pp. 759-784, 2011.

RIBEIRO, M. "Categorias analíticas do espaço e turismo: O exemplo da Fortaleza de Santa Cruz, Niterói/ RJ". In *GEOgraphia*, Revista da Pós-Graduação em Geografia da UFF. Ano VIII, n. 16, pp. 83-98, 2006.

RODRIGUES, A. "Geografia do Turismo: novos desafios". En: *Turismo: como aprender, como ensinar.* São Paulo: Editorial SENAC, 2008.

ROMAN, E. "El Patrimonio territorial como base para un nuevo modelo de desarrollo territorial, Las salinas en el territorio: paisaje y patrimonio". Presentada como ponenia en el *VII Congreso Internacional de Ordenación del Territorio (CIOT).* Madrid, España, 2014.

RUBIO, P. *El patrimonio rural: En geografía y desarrollo rural. Territorio, paisaje y patrimonio.* Edition: Electrónica, Publisher: Servicio de Publicaciones, Editors: Universidad de Extremadura, España, 2010.

Direcciones electrónicas

CENTRO DE CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL (CP) http://www.patrimonio.go.cr/patrimonio/index.aspx

Impactos del cambio climático en el patrimonio territorial de los destinos turísticos: el caso del Cantón de Carrillo, Costa Rica

Pablo Miranda Álvarez

Introducción

El cantón de Carrillo, uno de los principales destinos de sol y playa en Costa Rica, se encuentra localizado en el Pacífico Norte del país y es afectado constantemente por eventos asociados al cambio climático como los fenómenos del Niño y la Niña. Ejemplo de ello fue la sequía causada por el fenómeno del Niño entre los años 2013 y 2015, la más severa de los últimos cincuenta años, que afectó los diferentes componentes del patrimonio territorial como destino turístico y sus comunidades locales.

Con el fin de determinar los impactos causados en el patrimonio territorial por el cambio climático durante este periodo, se realiza una clasificación de los usos del suelo en el año 2017 y la caracterización de los principales elementos de la actividad turística del cantón mediante los cuales se identifican dichos impactos en las comunidades del cantón de Carrillo y su aporte para la planificación territorial de la actividad turística de la zona.

El patrimonio territorial como base para el desarrollo de los destinos turísticos y su relación con el cambio climático

La definición de patrimonio ha evolucionado en las últimas décadas, pasando de la valoración estética de la singularidad monumental de un elemento a un concepto más amplio que incorpora elementos tangible e intangibles históricamente excluidos como los usos del suelo y las tradiciones orales relacionadas

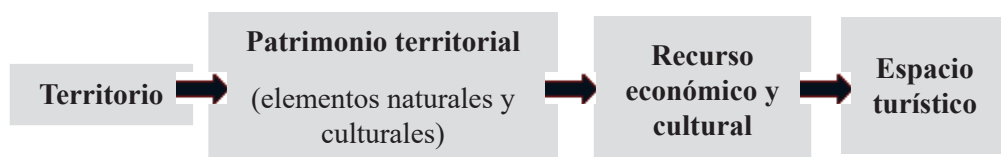
a la pérdida de saberes tradicionales que por el momento histórico que vivimos son socialmente bien valorados (Doctor, 2011).

Aunque tradicionalmente el estudio del patrimonio (natural y cultural) se ha realizado de forma aislada, la Geografía como ciencia integradora a partir del abordaje del espacio geográfico como objeto de estudio, ha logrado analizarlo desde una visión holística la cual es reflejada por medio del patrimonio territorial, el cual es definido por Trujillo (2013) como:

> "el espacio geográfico como objeto de interés patrimonial en tanto que resultado de la permanente interacción entre hombre y medio y que insta a observar, interpretar y gestionar de manera unitaria el conjunto de los componentes, tanto naturales y paisajísticos que lo conforman" (p. 174).

Esta visión integral del espacio por parte de la sociedad actual, mostrada por Valcárcel (1998), da como resultado la puesta en valor de los recursos naturales y culturales, desde el punto de vista comercial del uso del suelo original y la de sus posibles nuevos usos, entre ellos el turismo (figura 1):

> En el caso del territorio como patrimonio, ese valor de uso procede tanto del "uso" directo, residencial, productivo, recreativo o de otro tipo, estimulado por la existencia de una demanda social solvente para tales elementos, como el "uso" indirecto, motivado por la valoración social del "patrimonio" territorial como tal, convertido este como objeto de consumo (p. 46).

Figura 1: Conformación turística del patrimonio territorial

Fuente: elaboración propia a partir de Valcárcel, 1998

El turismo, como uno de los fenómenos contemporáneos económica, social y culturalmente más relevantes a nivel mundial, se fundamenta en el pa-

trimonio territorial de las comunidades locales, lo cual lo ha convertido en una opción para su desarrollo, aunque no deja de ser una amenaza para su población en el caso de no ser bien planificada tal y como lo indica Doctor (2011):

> El paisaje/patrimonio territorial es actualmente percibido (Vahí, 2011) como un eficaz herramienta de desarrollo local – en el sentido señalado por autores como Arocena (2001) o Klein (2006, 303) de generar o reforzar «*dinámicas sistémicas de escala local*» - , de manera más conspicua cuando se integran en ellos los componentes naturales. En ese sentido, la promoción de una actividad turística basada en dichos recursos y planteada con criterios de sostenibilidad constituye un eje central de las políticas de desarrollo territorial, especialmente en ámbitos rurales desfavorecidos, precisamente aquéllos en los que el propio Klein alerta de la dificultad de generar dinámicas de desarrollo. Esta orientación turística del patrimonio territorial comporta, no obstante, dos riesgos. En primer lugar, y a partir de lo expresado por Ortega (2008, 52), el de la pérdida de sus valores propios, sustituidos por aquellos otros que se demandan como objeto de consumo, proceso que ha sido nombrado de diversas formas. En segundo, el olvido de los intereses y objetivos de la población residente (p. 278).

Por las razones anteriores, el destino turístico (por su carácter complejo) se convierte en un elemento clave para el desarrollo local, el cual debe de ser territorial y administrativamente planificado desde una perspectiva sostenible con el fin de minimizar los impactos indicados al implantarse la actividad turística. El destino turístico puede adoptar numerosas definiciones que dependen de las perspectivas y disciplinas de los investigadores que lo estudian. De una forma muy simple, puede definirse como el lugar donde se realizan las actividades turísticas, sin embargo, esta definición minimiza y deja de lado las relaciones turísticas y no turísticas que se presentan en él, las cual son cruciales para el desarrollo de la actividad turística. Según Antón (1998), la dinámica y evolución de un espacio de destino turístico está fuertemente condicionada por: los componentes territoriales, económicos y sociales que lo caracterizan, por el contexto económico de la región donde se localiza y por las tendencias económicas generales que afectan a la oferta y la demanda a nivel global.

Por tal razón, Barrado (2004) propone una definición desde una perspectiva sistémica que permite incorporar las relaciones complejas entre sus componentes. Así, para este investigador, el destino turístico:

> Debe ser entendido como un subsistema formado por elementos espaciales (recursos territoriales, infraestructuras, etc), administrativos (legislación, políticas) y productivos (factores y recursos de producción, agentes, inversión, etc); así como por el conjunto de sus interrelaciones y los efectos que producen, que son fundamentalmente sectoriales (unos bienes y servicios producidos y consumidos in situ) y geográficos (nuevas realidades paisajísticas, cambios en las relaciones territoriales previas, precepción del territorio, imágenes, etc) (p. 56).

De forma general, y aunque no lo enuncien explícitamente, las anteriores definiciones toman el destino turístico como un sistema abierto; en ellas pueden identificarse componentes comunes como: límites físicos y administrativos, recursos naturales y culturales, infraestructura general, productos turísticos y una administración pública y privada que gestione los componentes anteriores ante la demanda, especialmente para la población local que, en la mayoría de los casos, reside de forma permanente en ese territorio y es afectada directamente por los impactos naturales, económicos y sociales tanto positivos como negativos que se presenten en la actividad turística en sus diferentes escalas.

Por estas relaciones como sistema complejo, la Geografía del Turismo, desde su análisis espacial, considera el clima y el tiempo atmosférico como recursos naturales de la experiencia turística, que influyen en la planificación y desarrollo de la actividad turística, lo que genera repercusiones directas en la rentabilidad de la misma, por razones ambientales como la configuración de procesos naturales como flora y fauna, cuerpos de agua, procesos erosivos y distribución de enfermedades, elementos clave en el desarrollo del destino turístico; además, están los socioeconómicos asociados con la estacionalidad, la pérdida de infraestructuras por eventos extremos y satisfacción de visitantes así como de planificación de las redes de comunicación y transporte, edificaciones que mejoren el nivel de confort de los visitantes, la programación de actividades, el desarrollo de nuevos productos turísticos y la adaptación de los existentes, elementos a considerar dentro de las acciones de adaptación y mitigación ante el cambio climático.

Por lo tanto, el clima puede considerarse como soporte y factor de localización de las actividades turísticas, como recurso turístico natural y como atractivo turístico al ser parte del producto turístico y contribuyendo a que los turistas realicen sus actividades con seguridad y confort (Esteban et al, 2007),

variables a considerar dentro de los procesos de ordenamiento del territorio a nivel local.

Ante este panorama y la situación actual de los efectos del cambio climático a nivel global, se puede considerar como un elemento que consigue variar el patrimonio territorial de un destino turístico debido a los cambios naturales y culturales futuros, que a su vez podrían cambiar su puesta en valor ante la demanda turística.

Al respecto, Scott et al (2012) clasifican los impactos del cambio climático en los destinos turísticos como directos e indirectos (figura 2). Entre los primeros se encuentran los inviernos y veranos cálidos, la variación en los patrones de las precipitaciones y un aumento en los eventos extremos. En el caso de los impactos indirectos se asocian con cambios ambientales como la pérdida de biodiversidad; cambios en los patrones de movilidad del turista y socioeconómicos a nivel regional y global vinculados a los daños causados en los sectores económicos asociados con la actividad turística.

A partir de los estudios realizados por los Grupos de Trabajo del IPCC, la OMT y el Programa de las Naciones Unidad para el Medio Ambiente (2008) identifican las regiones turísticas más vulnerables por su localización geográfica (zonas tropicales, subtropicales, polares y con influencia marítima), donde las condiciones climáticas históricas se verán alteradas por cambios en el sistema climático (mapa 1), que causan efectos negativos (daño a infraestructuras, redistribución de flujos de visitantes, costos de operación más altos, pérdida de competitividad del destino), en la actividad turística y, por consiguiente, en su población y crecimiento económico.

Figura 2: Impactos y efectos del cambio climático en destinos turísticos

- **Impactos climáticos directos:**
- Inviernos y veranos cálidos.
- Variación en las precipitaciones.
- Aumento de eventos extremos.

- **Cambios ambientales indirectos:**
- Pérdida de biodiversidad.
- Aumento en el nivel del mar.
- Enfermedades.

- **Impactos en la movilidad:**
- Costos del transporte y elección del destino.

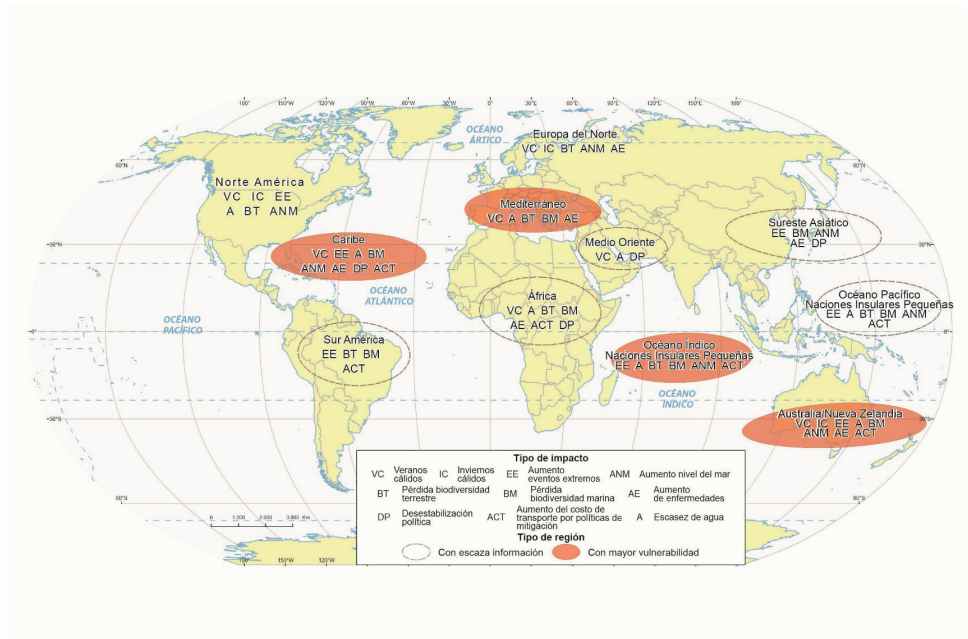
- **Impactos socioeconómicos indirectos:**
- Impactos económicos regionales y globales.
- Aumento de riesgos sociales y gubernamentales.

→

Efectos esperados

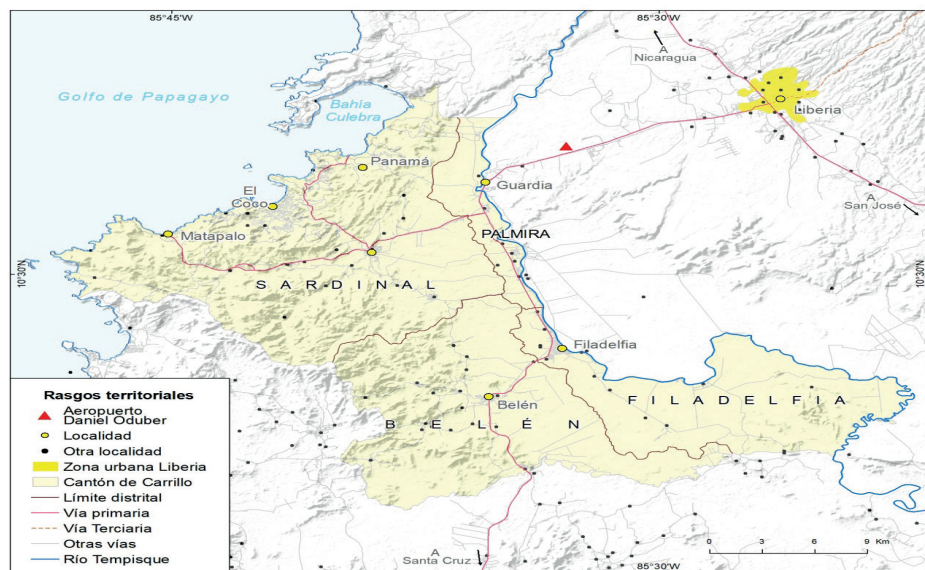
- Cambios en los patrones de la demanda.
- Disminución en el suministro y baja calidad del agua.
- Daños en infraestructura turística.
- Pérdida de recursos turísticos.
- Riesgos a la salud de turistas y población local.
- Daños en sectores asociados al turismo.

Fuente: Scott et al, 2012.

Mapa 1: Impactos del cambio climático en regiones turísticas a nivel mundial

Fuente: OMT- PNUMA, 2008

Características generales del cantón de Carrillo

Con unas coordenadas de 10°28`59" latitud norte y 85°35`31" longitud oeste, y fundado en 1877, el cantón de Carrillo cuenta con un área de 577 km^2, distribuidos en cuatro distritos: Filadelfia, Palmira, Sardinal y Belén (mapa 2). Colinda al norte el cantón de Liberia y este con el cantón de Bagaces, al sur con el cantón de Santa Cruz y al oeste con el océano Pacífico (Chinchilla, 1984 y Municipalidad de Carrillo, 2016).

Mapa 2: Cantón de Carrillo, mapa general de localización

Fuente: elaboración propia a partir del Atlas ITCR, 2014

Aspectos naturales

Geológicamente el cantón de Carrillo está formado por materiales del Cretácico, Terciario y Cuaternario donde se identifican cinco subunidades geológicas: Complejo de Nicoya, Intrusivo del Complejo de Nicoya, Formación Barra Honda, Formación Bagaces y depósitos aluviales, coluviales y costeros recientes (Sprechmann, 1984).

El cantón presenta cinco unidades geomorfológicas (Bergoeing, 1998 y Madrigal et al, 1980), denominadas Formas de Sedimentación Aluvial, Denudación, Origen volcánico, Rocas Ígneas y sedimentarias marinas que se describen a continuación. Basado en estas cinco unidades se identifican tres unidades de relieve las cuales delimitan de forma clara el desarrollo de la actividad turística de la zona, la primea asociada a la llanura aluvial del río Tempisque en la cual se establecen las principales actividades agroindustriales y administrativas, la segunda con las serranías cercanas a la costa y en la cual se han establecido actividades pecuarias y se encuentran las principales áreas de bosque tropical seco y

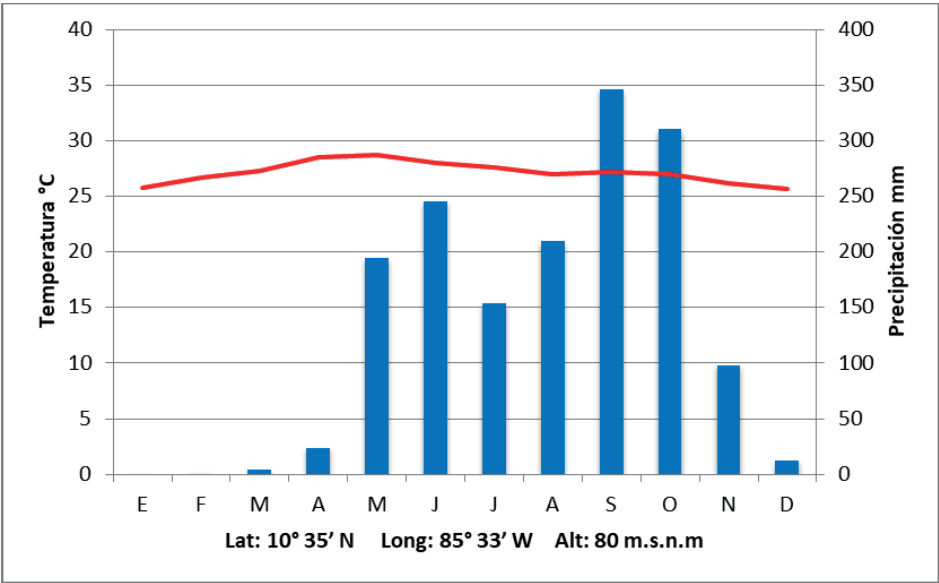
las mejores vistas al océano Pacífico por lo que son muy valoradas para el desarrollo inmobiliario asociado a la actividad turística, por último las áreas costeras las cuales han dado pie al turismo de sol y playa característico en el cantón.

Aunque en el área de estudio, según la clasificación de Holdridge, se ubican dos zonas de vida: bosque seco tropical y bosque húmedo premontano (Hartshorn, 1991); se localizan siete áreas silvestres protegidas: Parque Nacional Palo Verde, Refugio Nacional de Vida Silvestre Zapandi, Humedal Lacustrino Río Cañas, Refugio Nacional de Vida Silvestre Iguanita, Refugio Nacional de Vida Silvestre Riu, Refugio Nacional de Vida Silvestre Costa Esmeralda y Refugio Nacional de Vida Silvestre Hacienda El Viejo, administradas por el Área de Conservación Tempisque y el Área de Conservación Arenal Tempisque. Aunque a nivel nacional las áreas protegidas son uno de los recursos más visitados por los turistas, en el cantón es un destino no se consideran atractivos importantes para su visita por parte de visitantes extranjeros, a excepción del Parque Nacional Palo Verde; más bien son zonas de visitación para los residentes del cantón y áreas vecinas

Por su localización en el Pacífico Norte del país, el cantón de Carrillo presenta un clima tropical seco (Aw) según la clasificación de Köppen-Geiger, con el fin de caracterizar, con más detalle, las condiciones climáticas del cantón de Carrillo se utilizaron los registros entre los años 1957 y 2012 de la Estación Meteorológica Liberia, ubicada en el Aeropuerto Internacional Daniel Oduber (Villalobos et al, 2013). A partir de su análisis de los datos meteorológicos se identifica que la zona de estudio presenta una estación seca bien definida (figura 3), que va de diciembre a abril con promedios mensuales inferiores a los 60mm y temperaturas medias entre los 26 ºC y 29 ºC, periodo que coincide con la temporada alta de turistas y fundamentales para el turismo de sol y playa.

El periodo lluvioso se divide en dos partes, la primera incluye los meses de mayo, junio y julio, donde los primeros dos meses presentan precipitaciones superiores a los 200mm, por su parte el mes de julio muestra una disminución significativa con un promedio de 160mm, el cual coincide con la canícula y el periodo de vacaciones de medio año para el turismo nacional y de fin de curso para Norteamérica aumentando la visitación durante este mes. Por su parte la temperatura disminuye con respecto al mes de abril, con promedios entre 28 ºC y 26.7 ºC. La segunda parte del periodo lluvioso abarca los meses de agosto a noviembre, donde el primero presenta un promedio de 228mm aumento

significativo con respecto al mes de julio, seguido del mes de septiembre y octubre con los promedios más altos del año 367.8mm y 329.8mm respectivamente.

Figura 3: Climograma estación meteorológica Liberia, 1957-2012

Fuente: elaboración propia a partir de Villalobos, 2013.

Aspectos socioeconómicos

Según el Censo Nacional de Población del año 2011, el cantón tenía una población de 37 222 habitantes, con una tasa de crecimiento, para el periodo 2000-11, de 2,8%, que lo ubica en el tercer lugar a nivel nacional. Aunque se localiza en la provincia de Guanacaste, la segunda con mayor población rural del país, el cantón de Carrillo presenta una población urbana del 62%, asentada en los principales centros poblados como: Filadelfia (cabecera del cantón), Palmira y Sardinal, que es el más cercano a los desarrollos turísticos de sol y playa (Coco, Ocotal, Playa Hermosa y Playa Panamá) y en el cual habita un porcentaje muy alto de los trabajadores de estos centros turísticos.

Por su localización y condiciones físico-geográficas las principales actividades económicas del cantón son: agricultura (caña de azúcar, arroz, Melón),

turismo (hotelería, tour operadores, turismo ecológico) y el comercio en general (empresas de servicios públicas y privadas).

Para el año 2011 la población económicamente activa del cantón de Carrillo era de 12 646 personas lo que representa en términos porcentuales una tasa de ocupación del 43.9%. La población ocupada (Tabla 1), se concentra en el sector terciario, donde destaca el distrito de Sardinal (77%), en el cual se encuentra la mayor parte de la oferta turística del cantón y el distrito de Belén (70,9%) que es punto de entrada al sector turístico de Tamarindo, localizado en el cantón vecino de Santa Cruz. La población ocupada en el sector secundario se concentra en el distrito de Palmira (22.8%), debido que en este sector se localiza la mayor agroindustria del cantón asociada al cultivo comercial de la caña de azúcar; en el caso del sector primario se distribuye de forma regular en el cantón y se relaciona con cultivos de melón, sandía, arroz y actividades pecuarias.

Tabla 1: Cantón de Carrillo: distribución porcentual de la población ocupada por distrito, 2011

Distrito	Sector primario	Sector secundario	Sector terciario
Filadelfia	19.1	19.3	61.6
Palmira	13.7	22.8	63.5
Sardinal	10.2	12.8	77
Belén	14.2	14.8	70.9
Total del Cantón	13.4	16	70.6

Fuente: elaboración propia a partir de INEC, 2011; SEPSA, 2015.

El cantón sigue las tendencias socioeconómicas nacionales, por la distribución y características de la población, especialmente por el cambio en las actividades económicas y la tercerización de la economía a partir del desarrollo de la actividad turística, fenómeno que en el año 2016, según el registro al mes de julio de la oficina de patentes de la Municipalidad (Tabla 2), se encontraban registrados un total de 84 establecimientos de hospedaje, situación que denota un aumento en la oferta de hospedaje a pesar de las limitaciones en los permisos de construcción por parte del municipio a raíz de la disposición de agua potable a partir del año 2010.

Tabla 2: Cantón de Carrillo: oferta turística por distrito, 2016

Distrito	Hospedaje	Alimentación	Entretenimiento
Filadelfia	6	13	21
Palmira	4	11	10
Sardinal	67	109	76
Belén	5	9	23
Total cantón	84	142	130

Fuente: elaboración propia a partir de Municipalidad de Carrillo, 2016.

Además existen 142 establecimientos de alimentación y 130 establecimientos de entretenimiento. La mayor parte de la oferta se encuentra localizada en el distrito de Sardinal (71%) donde se concentran los desarrollos turísticos del área de estudio, seguido de Filadelfia cabecera del cantón con un 11% y por último el distrito de Palmira con un 7%.

Por sus características naturales y culturales, el cantón de Carrillo, es un espacio con un gran potencial agrícola, pecuario y turístico; este último, principalmente por sus características climáticas, de relieve y vegetación las cuales son de gran atractivo para los visitantes los cuales desde el año 2001 al 2016 han presentado una variación significativa en la llegada al aeropuerto Daniel Oduber (tabla 3), pasando de 37.801 visitante durante el año 2001 a 572.544 para el año 2016 con una tasa de crecimiento para el periodo de 18%, superior a la tasa del principal aeropuerto del país (Juan Santamaría), localizado en el área metropolitana que presentó un crecimiento de 4% para el mismo periodo. Aunque se el país de origen de los visitantes se ha diversificado, América del Norte y Europa se mantienen como las principales zonas emisoras desde el año 2001, dato que coincide con las estadísticas a nivel nacional.

Tabla 3: Aeropuerto Daniel Oduber: Llegada de turistas por región de origen, 2001-16

Año / Región	2001	2006	2011	2016
América del Norte	35 527	154 938	242 410	523 362
América Central	367	505	1 283	1 671
Caribe	16	113	243	817
América del Sur	386	595	1 317	4 168
Europa	1 358	4 599	16 702	37 043
Asia	101	567	1 490	3 119
África	14	105	151	584
Otras zonas	32	415	569	1 794
Total	37 801	161 837	264 165	572 544

Fuente: elaboración propia a partir de ICT, 2016.

Basado en los datos de la Encuesta aérea de no residentes aplicada por el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) durante el año 2016 en el aeropuerto Daniel Oduber, la estadía media de los turistas es de ocho noches, aunque los europeos son los visitantes que permanecen mayor tiempo en el país con un promedio de 13,1 noches seguido de los canadienses con 10,7, por su parte el gasto promedio fue de $885, siendo los canadienses quienes más gastaron con un promedio de $899 durante su visita. Con respecto a los motivos del viaje el 97% fue por vacaciones y solamente un 1% por negocios o motivos profesionales, indicando que habían estado en el país un promedio de 5 veces, aunque el 80% de los entrevistados indicaron que era la primera vez que visitaban el país principalmente por recomendación de amigos y familiares (66%).

Por grupos de edad el 52% de los encuestados se encuentran entre los 25 y 44 años, siendo un segmento de personas jóvenes y que viajan con niños y mayor poder adquisitivo y solamente el 2,7% de los visitantes se encuentran entre los 65 año y más, lo cual coincide con que el viaje lo realizaron un 54% en pareja, y el 30% con la familia y el 8% con amigos, de los cuales el 86% se hospedó en hoteles, un 14% en casa o condominio alquilado y un 1,7% en casas y condominios propios, punto importante porque al relacionarlo con las con-

secuencias producto del cambio climático en el área de estudio, afecta directamente a este grupo de la demanda. Por último, acorde con las características de la zona, las principales actividades realizadas durante el viaje fueron las de sol y playa con 90%, tirolesa 46% y aguas termales con 36%; por su parte la visita a comunidades rurales fue realizada solamente por el 3% de los visitantes y el 53% no visitó ningún área protegida.

El patrimonio territorial del cantón de Carrillo

A partir de fotografías aéreas del año 2017 del Instituto Geográfico Nacional de Costa Rica, se elaboró (según la metodología de Barrantes y Sandoval, 2016) el mapa de usos del suelo con el fin de identificar el patrimonio territorial del cantón de Carrillo (mapa 3). Para su estudio, los usos se clasifican en cuatro categorías a partir de las cuales se realiza el análisis sobre la relación de cada uno de los usos del suelo con el desarrollo de la actividad turística y su vinculación con el cambio climático.

Con el fin de tener una visión general del patrimonio territorial del área de estudio se presentan las principales características de la clasificación del uso del suelo:

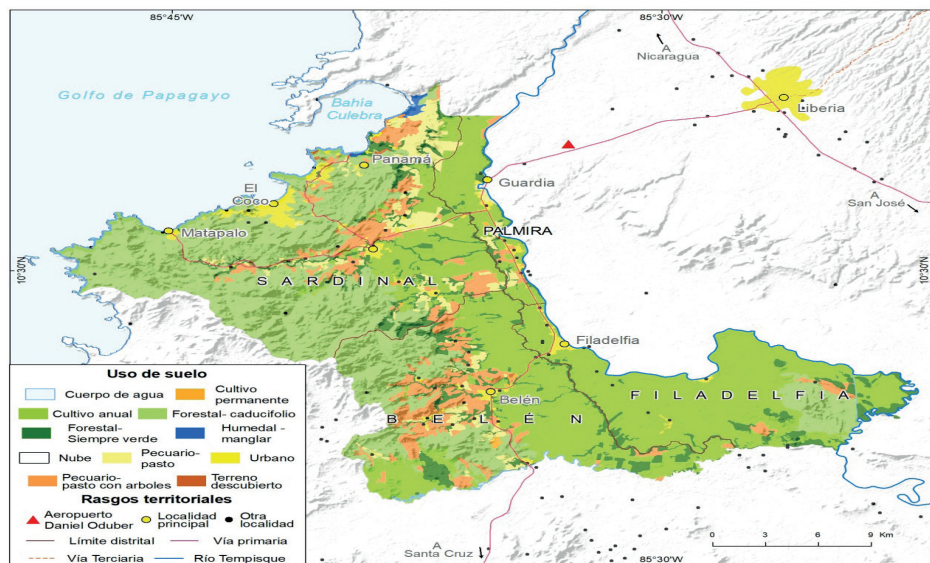
- Pecuario: se incluyen el uso pecuario con pasto y el pecuario con árboles, los cuales se encuentran distribuidos en las zonas de pie de monte, algunas áreas de la parte alta de las serranías de los distritos de Sardinal y Belén y en las zonas de la llanura aluvial del Tempisque localizadas en los distritos de Filadelfia y Palmira.
- Agrícola: corresponde a los principalmente a los cultivos anuales como la caña de azúcar y el melón localizados en la llanura del río Tempisque en los distritos de Filadelfia, Palmira y Belén. En este caso es importante destacar el papel como patrimonio cultural y su papel en el desarrollo del cantón. En el caso de los cultivos permanentes se encuentra distribuido en pequeñas áreas del cantón.
- Forestal: dentro de esta categoría se encuentran las áreas silvestres protegidas del cantón y se incluyen el uso forestal – caducifolio que se localiza en las áreas montañosas de los distritos de Sardinal y Belén, el uso forestal – siempre verde correspondiente a pequeños parches de bosque en el pie de monte y algunas zonas de llanura en las

comunidades de Belén y Filadelfia principalmente, por último el uso de humedal – manglar localizado en la zona de bahía Culebra y colindante con las áreas planificadas para desarrollo turístico del Polo turístico Papagayo.

- Urbano: se toman en cuenta el uso de suelo urbano y el de terreno descubierto, este último debido a que corresponde a proyectos inmobiliarios turísticos que se encuentran en construcción. Por su parte, el uso urbano se concentra en la zona costera del cantón, formando un corredor que se extiende desde playa Hermosa hasta playa Ocotal, también se encuentran de forma aislada algunos centros poblados que corresponden a las cabeceras de los distritos del cantón como Filadelfia, Belén, Palmira y Sardinal.

A pesar de la sequía que se presentó en el Pacífico Norte de Costa Rica a partir del año 2014 efecto del fenómeno del Niño y asociado al cambio climático que endureció el otorgamiento de los permisos de construcción por parte del municipio, el desarrollo inmobiliario no disminuyó en el área de estudio, por el contrario para el año 2017 se identifican un total de 280,76 hectáreas para un crecimiento del 18,73% con respecto al año 2013.

Durante este periodo, el uso del suelo con vocación turística se presenta en la zona costera y al lado de las principales vías de acceso a los desarrollos turísticos; para este año sigue creciendo la zona alrededor de El Coco, Ocotal y Playa Hermosa, por su parte, en el sector de Matapalo se consolida al construirse una segunda etapa del hotel Riu, el Riu Palace los cuales quedan aislados de las comunidades vecinas y se promocionan con servicio todo incluido siendo muy atractivos para los turistas en general.

Mapa 3: Cantón de Carrillo, mapa de usos del suelo, 2017

Fuente: Elaboración propia a partir de IGN, 2017.

En el caso del Polo Turístico Papagayo, aparecen sectores con uso del suelo en la categoría de preparación para construcción con un total de 46,19 hectáreas en el sector de punta Buena para el desarrollo de complejos hoteleros y residenciales; en este punto es importante resaltar que el principal efecto causado por el cambio climático es la disminución de la disponibilidad de agua potable en el cantón, el cual repercute de forma importante en los planes de expansión del polo turístico al paralizarse nueve concesiones al no poder comprobar la disponibilidad del recurso hídrico para su funcionamiento, que incluyen once hoteles y tres condohoteles con más de 800 habitaciones y una inversión superior a los $320 millones (La Nación, 2017).

Por otra parte y como se demuestra en el mapa, la cobertura forestal de bosque siempre verde y especialmente del bosque seco tropical son uno de los principales recursos del cantón, por ser uno de los principales reductos de este tipo de bosque en Centroamérica y por las especies de flora y fauna que pueden encontrarse en el mismo, tomando en cuenta su vulnerabilidad durante la estación seca uno de los principales peligros son los incendios forestales y en charrales los cuales según los registros del Cuerpo de Bomberos de Filadelfia han

disminuido en los últimos años pese a la sequía provocada por el fenómeno del Niño. En el caso de los incendios forestales se asocian principalmente a los siniestros que se dan en áreas protegidas y zonas boscosas importantes, los cuales presentan un aumento en el periodo 2012-15 a partir del cual disminuyen hasta llegar a cero durante los años 2016 y 2017, según los bomberos consecuencia de la toma de conciencia por parte de las empresas del sector y las comunidades locales organizadas mediante brigadas contra incendios.

De forma más detallada, Argos (2008) elabora un inventario de atractivos turísticos para la Subunidad de Planeación Guanacaste Norte, mediante el cual identifica en el cantón de Carrillo un total de 52 atractivos distribuidos en cinco categorías (tabla 4). De éstos, el 78% corresponde a sitios naturales sobresaliendo las playas, islas y montañas; la categoría de museos y manifestaciones culturales con el 12%, corresponde a ruinas y lugares arqueológicos; en caso de folclore y acontecimientos programados, con 4% cada uno de ellos, los atractivos identificados se relacionan con fiestas patronales, corridas de toros y vida nocturna; por último, la categoría de realizaciones técnicas, con un 2%, se asocia con explotaciones agropecuarias relacionadas con el cultivo de la caña de azúcar.

Tabla 4: Cantón de Carrillo, clasificación de atractivos turísticos

Categoría	Cantidad
Sitios naturales	41
Museos y manifestaciones culturales	6
Folclore	2
Realizaciones técnicas	1
Acontecimientos programados	2
Total	52

Fuente: Argos, 2008.

Por las condiciones del desarrollo de la actividad turística en el área de estudio, prevalece el turismo de sol y playa, en el cual los principales recursos turísticos están asociados a la zona costera, de gran atractivo para la demanda nacional y internacional.

Con respecto a los instrumentos de ordenamiento del territorio establecidos a nivel nacional, el cantón de Carrillo, no posee un plan regulador vigente

aunque se realizó una propuesta del mismo en el año 2010 que no cumplió con los requisitos establecidos para su aprobación, en esta propuesta se aborda la actividad turística de forma superficial a pesar de ser una de las principales actividades económicas de la zona de estudio y no hace referencia al cambio climático cuyo impacto por el fenómeno del Niño en la zona se conoce desde hace más de dos décadas.

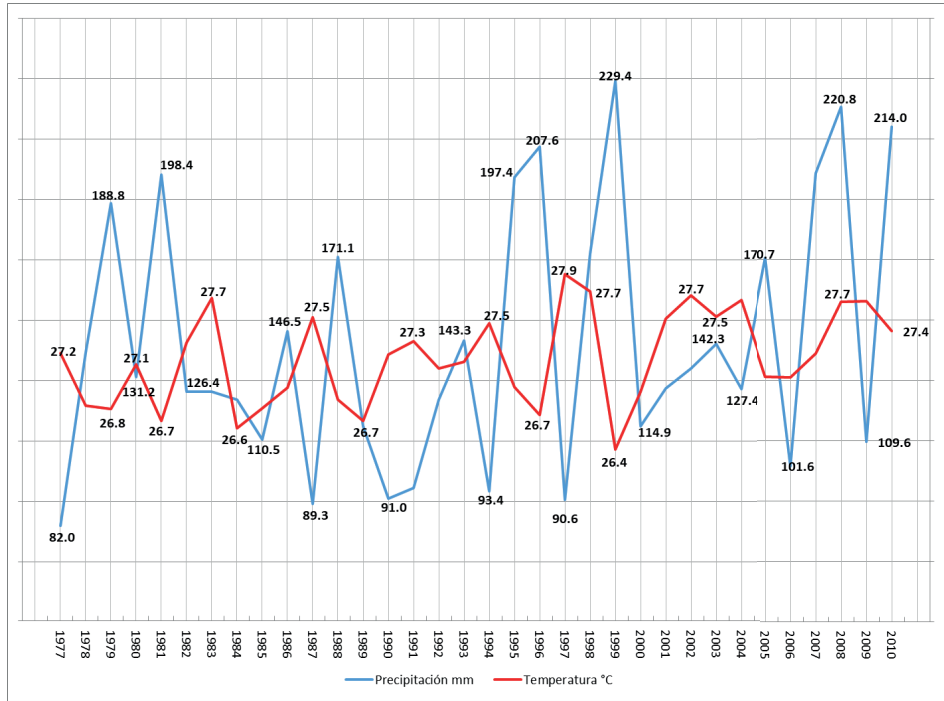
En este caso de los planes reguladores costeros en el cantón de Carrillo se ha realizado el plan regulador integral para todas las playas del municipio, aunque hay que resaltar que los planes más antiguos se realizaron de forma individual y aislada dando como resultado una planificación territorial fragmentada que refleja una visión puramente comercial por parte de los desarrolladores encargados de las concesiones turísticas en dichos lugares.

Influencia del cambio climático en el área de estudio

Según los datos de la estación meteorológica Llano Grande, del año 1965 al año 1969, se presentaron precipitaciones inferiores a los promedios anuales, coincidiendo con un periodo de sequía similar al presentado a partir del año 2013 y el cual recuerdan muchos habitantes del cantón, en este periodo el año 1965 fue el más seco con un promedio de 75.4mm.

Durante el periodo de 1977 a 2010 (figura 4), se presentaron diversos eventos asociados a la variabilidad climática del área de estudio; en el caso de la temperatura no se presenta una variación importante, donde la temperatura inferior se presenta en el año 1999 con un promedio de 26.4ºC y la superior en el año 1997 con una media de 27.9ºC. En el caso de las precipitaciones se presenta una variación significativa durante el periodo, destacan los años 1977, 1987, 1997 y 2007 con las precipitaciones más bajas, siendo el año 1977 el más seco con un promedio anual de 82mm; estos coinciden con años en los que se presentó el fenómeno del Niño en el país.

Por otra parte, los años 1996, 1999, 2008 y 2010 son los años con mayores precipitaciones del periodo, en el cual 1999 es el año más lluvioso con un promedio de 229.4mm, estos años coinciden con el fenómeno de la Niña en el país y en los cuales se presentaron eventos que causaron inundaciones y pérdidas en infraestructura en la zona de estudio.

Figura 4: Temperatura y precipitación promedio anual estación meteorológica Llano Grande, 1977-2010

Fuente: elaboración propia a partir de datos del IMN.

Con respecto a los promedios anuales de precipitación en el periodo 1998-2015 registrados en la estación meteorológica Aeropuerto Liberia oeste 07, se observa una disminución en las precipitaciones a partir del año 2009. En este intervalo, los años 2009, 2014 y 2015 son los años con menor precipitación, donde el último presenta el menor promedio anual con 59.6mm, el más seco desde el año 1960 según los registros del Instituto Meteorológico Nacional para las dos estaciones estudiadas. Este periodo coincide con el inicio de la sequía en el Pacífico Norte del país la cual causó un impacto significativo en el suministro de agua potable en las comunidades del cantón de Carrillo, especialmente en las zonas costeras donde se salinizaron los acuíferos de El Coco y Playa Hermosa, sectores donde se ubican los principales centros turísticos de la zona.

Impactos del cambio climático en el patrimonio territorial del cantón de Carrillo

La valoración de los efectos del cambio climático en un destino turístico no es simple, tomando en cuenta que como sistemas complejos se encuentran conformados por múltiples variables en interacción. En este caso al tomarse en cuenta los usos del suelo para identificar y clasificar el patrimonio territorial del área de estudio y al estar vinculados con el impacto del cambio climático en la actividad turística, el análisis se centra en las zonas de mayor crecimiento turístico del cantón.

Es importante resaltar que el principal impacto por el cambio climático en el cantón son los fenómenos del Niño y la Niña que tienen entre sus principales efectos periodos de altas o bajas las precipitaciones fuera de los valores promedio de la zona que afectan de forma diferenciada las áreas vulnerables del cantón y la evolución de la actividad turística. Razón por la que la investigación se desarrolló durante el periodo de sequía causado por el fenómeno del Niño entre los años 2013 y 2015

En el caso de los distritos de Palmira y Belén, los impactos causados por el cambio climático son menores porque no se identificó afectación importante en los recursos turísticos, la oferta y demanda turística, a pesar de lo anterior es necesario resaltar que la principal vía de articulación entre las ciudades de Liberia y Santa Cruz además de su conexión con el aeropuerto Daniel Oduber (principal punto de ingreso del turismo internacional a las zonas turísticas de sol y playa de la región), se extiende a lo largo de ambos distritos y es vulnerable ante las inundaciones causadas por el río Tempisque, hecho que impacta de forma directa la actividad turística y la población de estos sectores. Los principales efectos identificados se asocian con las comunidades locales y las políticas públicas las cuales se relacionan debido a que no existe un plan regulador cantonal que permita una adecuada planificación del territorio, además la falta de agua potable que afecta las comunidades y la actividad turística se ha visto incrementada por la mala gestión y la falta de coordinación entre las instituciones estatales en sus diferentes niveles.

Por su parte, los impactos identificados en el distrito de Filadelfia se relacionan principalmente a su condición de cabecera cantonal y por estar localizada en la llanura del río Tempisque, la población, oferta turística e infraestructura como la carretera que une Liberia y Santa Cruz es vulnerable a las

inundaciones que se presentan por eventos extremos durante la época de lluvias como temporales y huracanes, durante la época seca el distrito es afectado por altas temperaturas las cuales junto con las malas prácticas de los pobladores y agroindustrias aumentan la vulnerabilidad ante los incendios en los cultivos de caña de azúcar y los asociados a la preparación de terrenos para el cultivo (roza y quema) presentes entre los meses de enero y abril, coincidiendo con la época de mayor afluencia de visitantes a la zona. Al igual que los distritos de Palmira y Belén los principales efectos se identifican en los aspectos relacionados con la comunidad local por la disponibilidad del agua potable y las políticas públicas puntualmente por la falta de planificación territorial y la inadecuada gestión pública ante los problemas asociados a la sequía.

El distrito de Sardinal por sus características geomorfológicas presenta una alta vulnerabilidad ante deslizamientos e inundaciones que pueden afectar directamente las vías que comunican el poblado de Sardinal (principal centro distribuidor de la demanda turística en el cantón) con las zonas de desarrollo turístico de sol y playa como Matapalo, Ocotal, El Coco, Hermosa y Panamá las cuales por ser zonas formadas por material poco consolidado son vulnerables ante la erosión causada por las mareas altas, las precipitaciones y el aumento de la escorrentía superficial asociada al crecimiento de la urbanización en los últimos cinco años. Por su parte, los efectos de la sequía causados por el fenómeno del Niño en los recursos turísticos se vinculan con la flora y la fauna de la zonas boscosas localizadas en las laderas de las áreas con mayor plusvalía por sus panorámicas al océano Pacífico que son vulnerables a incendios forestales durante la época seca, situación que pone en riesgo a la población local, los turistas e infraestructura turística.

En el distrito se localiza la mayor parte de la oferta del cantón la cual se ha visto afectada de forma importante por la sequía y la disponibilidad de agua potable, más que todo para las pequeñas y medianas empresas que dependen de la red de distribución pública y que no poseen pozos propios o en concesión como sucede con hoteles grandes y algunas áreas residenciales. Como en los distritos anteriores las variables relacionadas a las políticas públicas y la comunidad local son las que presentan mayores efectos, en este último caso aquellos vinculados a la sequía causaron mayores consecuencias en la población debido a que muchos de los pozos familiares (de poca profundidad) se secaron, además por la disminución del nivel de los acuíferos que suministraban el agua potable a las comunidades de El Coco y Hermosa, se presentó un proceso de salinización dejando

sin el servicio no solo a los habitantes de están comunidades sino también a la mayor parte de las actividades económicas vinculadas con la actividad turística.

En el caso de las políticas públicas, los efectos son más amplios debido a que en la zona convergen tres ámbitos de planificación relacionados a la actividad turística y que no se encuentran vinculados de forma integral. En un primer nivel se encuentra el gobierno local que no posee un plan regulador que dirija la planificación territorial de la zona, vinculado a este mismo tema en un segundo nivel se encuentra la zona marítimo terrestre correspondiente a los 200 metros de costa a partir de la pleamar y en la cual se localizan los espacios en concesión para el desarrollo turístico y que por ley debe de tener un plan regulador y que actualmente no se encuentra vigente porque el nuevo plan se encuentra en proceso ante la sala Constitucional. En un tercer nivel se encuentra la zona que corresponde al Polo Turístico Papagayo el cual posee una legislación propia que lo desvincula de los niveles de planificación anteriores y es administrada directamente por el ICT el cual aunque en sus proyectos toma en cuenta la población de las comunidades localizadas en esta zona sus intereses principales van dirigidos a facilitar las inversiones correspondientes al desarrollo de los complejos turísticos planificados.

Basado en las unidades del relieve del cantón, las zonas vulnerables identificadas se encuentran ligadas a inundaciones asociadas al desbordamiento del río Tempisque en los distritos de Palmira y Filadelfia que afecta no solo a la población sino la carretera que comunica las ciudades de Liberia y Santa Cruz, considerada de primer orden y por la cual se desplaza la mayoría de los turistas que vistan la zona, también se presentan inundaciones en el valle del río Sardinal donde se localiza la vía de acceso a playa Matapalo donde se localiza uno de los principales centros turísticos del área. Sobre esta misma vía de comunicación se localizan zonas vulnerables a deslizamientos de material proveniente de las serranías cercanas por su elevada pendiente, hecho que también se identifica sobre las vías de comunicación que unen el poblado de Sardinal con las zonas turísticas de El Coco, Ocotal y Hermosa.

Conclusiones

El cambio en la definición del patrimonio de un elemento individual a un patrimonio integral reflejado en el concepto de patrimonio territorial permite la puesta en valor de los diferentes elementos naturales y culturales de las

comunidades por parte de la sociedad contemporánea, aunque no queda exento de ser minimizado por el cambio en los gustos de la misma.

Esta visión holística del patrimonio territorial se convierte en una expresión del enfoque de la Geografía como ciencia, que tiene al espacio geográfico como objeto de estudio, que por su carácter complejo, se aborda de forma integral con el objetivo de beneficiar a la población por medio de propuestas de desarrollo más cercanas a la realidad de las comunidades locales.

Por el carácter dinámico de los elementos que componen el patrimonio territorial de una localidad y sujetos a la valoración social de la población, el cambio climático se convierte en una amenaza para conservar su estatus por parte de la población y pone en riesgo el desarrollo de la actividad turística de los territorios, siendo el ordenamiento territorial una herramienta que permite abordar de forma integral los recursos de las comunidades y proponer opciones de desarrollo sostenible y acordes con los cambios esperados a nivel local por el cambio climático.

El cantón de Carrillo al igual que la mayor parte de del país basa su producto turístico en los recursos naturales (playas, clima, vegetación, recurso hídrico) los cuales como se demuestra en el estudio realizado son susceptibles a los efectos del cambio climático a nivel local como los fenómenos del Niño y la Niña, lo cual pone en riesgo el desarrollo de las comunidades, especialmente al no existir un plan regulador cantonal que aborde de forma integral las problemáticas del territorio junto con el plan regulador costero vigente.

A nivel nacional existe poca información científica sobre los impactos del cambio climático en la actividad turística a nivel local, fundamentales para la toma de decisiones en la planificación territorial y administrativa de los gobiernos locales, instituciones públicas y empresas privadas, situación que puede ser revertida a partir de las investigaciones realizadas por parte de las universidades públicas con el fin de facilitar la toma de decisiones y acompañar a las comunidades locales por medio de alternativas que favorezcan su desarrollo.

Referencias

ANTÓN, S. “La urbanización turística. De la conquista del viaje a la reestructuración de la ciudad turística”. *Documents D’anàlisi Geográfica*, n. 32, pp. 17-43, 1998.

ARGOS, T. *Dinámica territorial del desarrollo turístico costero: Unidad Turística Guanacaste Norte.* San José: CREST, 2008.

BARQUERO, M. “Falta de agua atasca proyectos por $320 millones en Papagayo”. *Periódico La Nación*, pp. 23-24, 17 mar. 2017.

BARRADO, D. “El concepto de destino turístico: una aproximación geográfico-territorial”. *Estudios Turísticos*, n. 160, pp. 45-68, 2004.

BARRANTES, O., & SANDOVAL, L. “Uso/cobertura de la tierra en los cantones de Upala, Guatuso y Los Chiles en el año 2011”. *Revista Geográfica de América Central*, n. 1, v. 56, 59-91, 2016. doi:http://dx.doi.org/10.15359/rgac.1-56.3.

BERGOEING, J. *Geomorfología de Costa Rica*. San José: Instituto Geográfico Nacional, 1998.

CHINCHILLA, J. *Atlas cantonal.* San José: IGN, 1984.

DOCTOR, A. M. “El itinerario como herramienta para la puesta en valor turístico del patrimonio territorial”. *Cuadernos de turismo*, n. 27, pp. 273-289, 2011.

ESTEBAN, A. et al. Turismo y cambio climático. Recuperado de http://www.gadeso.org/sesiones/gadeso/web/14_paginas_opinion/ca_10000191. pdf, 2007.

HARTSHOM, G. y EN JANZEN, D. (editor). *Historia natural de Costa Rica*. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1991.

INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO. *Encuesta Aérea de No Residentes, Aeropuerto Internacional Daniel Oduber Quirós.* San José: ICT, 2015.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS. *X censo nacional de población: características sociales y demográficas.* San José: INEC, 2012.

MADRIGAL, R. y ROJAS, E. *Manual descriptivo del mapa geomorfológico del Costa Rica, escala 1: 200.000.* San José: SEPSA, 1980.

MUNICIPALIDAD DE CARRILLO. *Datos sobre entornos y demografía del cantón de Carrillo*. Recuperado de https://www.municarrillo.go.cr/index.php?option=com_content&view=article&id=204&Itemid=710, 2016.

SEPSA. *Boletín Estadístico Agropecuario*, n. 25. San José: SEPSA, 2015.

SCOTT, D. et al. *Tourism and climate change: Impacts, adaptation and mitigation*. Routledge, 2012.

SPRECHMANN, P. *Manual de geología de Costa Rica*. San José: Editorial Universidad de Costa Rica, 1984.

TRUJILLO, G. F. “El patrimonio territorial en el plan de ordenación del territorio de Andalucía: indefiniciones y dificultades para un conocimiento preciso”. *BAGE,* 63, 2013.

VALCÁRCEL, J. O. “El patrimonio territorial: el territorio como recurso cultural y económico”. *Ciudades*, 04, 31-48, 1998.

VILLALOBOS, R. *Descripción del clima. Cantón de Liberia*. San José: IMN, 2013.

WORLD TOURISM ORGANIZATION & UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME. *Climate Change and Tourism: Responding to Global Challenges*. Madrid: World Tourism Organization, 2008.

Quali input per il turismo romano? Roma, “destinazione intrattenimento”

Marina Faccioli[1]

Appunti introduttivi

La capacità competitiva del processo turistico si gioca fra processi di domanda/offerta di carattere globale e altri, contestualizzati nei territori che da quei processi vengono interessati. E’ essenziale, al fine di investigare, a qualunque scala, la progettualità del processo turistico, che i due “capitoli” vadano individuati e interpretati in forma congiunta.

Il percorso si deve fondare sulla definizione di filiere programmatiche di intervento con l’obiettivo di proporre un “repertorio” di punti interpretativi per un Piano strategico di sviluppo del turismo della Capitale, affinché sia possibile tenere in piedi le due categorie processuali, ciascuna in termini interpretativo/concettuali e programmatici.

Il carattere essenziale della filiera di produzione di valore attraverso cui si sviluppa il processo turistico si esprime nella capacità dimostrata da parte di ciascun processo nel generare e far crescere la stessa “cultura del turismo” a scale interattive che prendano significato dal territorio in cui il medesimo processo opera.

Attraverso quali passaggi, da parte di chi costruisce offerta, si genera “crescita” di una cultura del turismo?

---

[1] Professore Ordinario di Geografia Economico-Politica nell’Università degli Studi di Roma Tor Vergata, dove è titolare degli insegnamenti di “Geografia per la Pianificazione del Turismo“ e “Tourism and Make In Italy: Italian Arts and Manufacturing”. Studia i sistemi territoriali complessi con particolare riferimento ai processi di sviluppo del turismo. In collaborazione con l’UERJ, con i colleghi G. J. Marafon e M. A. Sotratti ha pubblicato “*Turismo e território no Brasil e na Italia: novas perspectivas, novos desafios*” (2014); con G. J. Marafon, “Città infinita e filiere internazionali. Per altre idee di turismo” (2017). E-mail: faccioli@uniroma2.it

L'analisi territorialista individua alcuni passaggi specifici, attraverso i quali l'intensificarsi e approfondirsi di una tale "cultura" assuma il significato della creazione e del consolidamento di vere "società" che partecipino di uno sviluppo turistico.

I tratti del percorso si possono sintetizzare su questi punti:

1) Individuazione dei soggetti "attivi" nel cogliere la domanda dei residenti di un contesto, in termini di incremento della "qualità di vita" nel contesto medesimo;

2) Individuazione, fra quelli, dei soggetti *leader* capaci di mettere a valore e gestire la conoscenza delle componenti della domanda, creando aggregazione sui diversi punti della domanda stessa;

3) Individuazione di quali fra quei punti possano funzionare come input per lo sviluppo turistico del contesto pertinente;

4) Definizione della/e risorse e composizione dei "percorsi identitari" entro i quali si caratterizza e prende voce l'offerta turistica propria del contesto;

5) Acquisizione e lettura del processo sviluppatosi nella trasformazione della risorsa in "prodotto turistico";

6) Adeguamento ai parametri di sostenibilità del prodotto, in coerenza con gli input di sviluppo individuati in 3);

7) Organizzazione dei prodotti coerenti con gli input verificati, secondo filiere di azione programmatiche;

8) Acquisizione della sostenibilità dell'offerta nel confronto con i mercati extralocali e internazionali.

La sostenibilità del processo locale sarà commisurata alla capacità espressa da parte del medesimo processo nel divenire globale, ovvero nel riuscire, necessariamente, a inserirsi, in forma competitiva, pur su brevi segmenti, entro cicli mondiali di produzione di valore.

Nella sostanza, gli scenari interpretativi in cui una pianificazione strategica dell'offerta e della fruizione turistica si propongono fanno necessariamente riferimento a un riposizionamento di una "grammatica" della stessa programmazione territoriale (Conti i Salone, 2015). I percorsi, i progetti, le filiere pro-

grammatiche che interessano un percorso turistico sussistono e si mantengono in atto solo se formati coerentemente con una *nuova domanda politica* rivolta alle amministrazioni, affinché queste imparino a ri-conoscere gli input specifici che generano sviluppo nei territori.

Su questa medesima base quella "nuova" tipologia di domanda di competenze riguarda la individuazione degli attori del processo turistico come attori di una proposta "viva", a sua volta espressa dai patrimoni territoriali quali input attrattivi: dunque, attori come soggetti che facciano vivere quegli stessi input e li rendano produttivi. Dall'azione di quegli attori, che deve trovare coerenza nella condivisione e nell'agire comune, si genera il percorso, che trova condizioni durevoli e sostenibili solo se funziona, da parte dei soggetti medesimi, l'intenzione responsabile all'individuazione e alla realizzazione di azioni commisurate al confronto entro scenari di maggiore complessità.

Si ribadisce dunque per questa via un passaggio "eccellente". Cioè l'intuizione di come la Comunità non sia entità "data" ma, per esistere, debba venire continuamente ri-prodotta, tante volte quante siano, necessariamente, le azioni di coesione richieste agli attori protagonisti dei percorsi.

Gli input a cui si è fatto riferimento, in quanto capaci di avviare processi di crescita territoriale e, nel nostro ragionamento, "cultura" del turismo, sono riconoscibili selezionando le vocazioni/potenzialità che un contesto presenta nel porsi come generatore di attrattività.

La produzione di offerta attrattiva per una crescita di senso del processo turistico funziona, dunque, in quanto "costruzione di territorio".

Il Turismo, fattore di competizione territoriale

Il passaggio dalla competizione territoriale "diretta" a quella "indiretta": dalla competizione territoriale fra nazioni alla competizione fra luoghi, ha prodotto la consapevolezza dell'esigenza di percorsi decisionali, di *governance* multilivello, evidenziando una nuova categoria di *domanda di politica territoriale* pubblica per il turismo (Conti et al, 2014).

Costitutiva dello spirito che anima questa tipologia di domanda è la consapevolezza dei contenuti della domanda inevasa che proviene dal territorio. Servono infrastrutture; marketing urbano-territoriale; formazione del lavoro; tutela ambientale e della "qualità di vita"; inclusione; accessibilità agli investimenti internazionali.

Ma perché queste risorse vengano attivate va costituita una cultura del turismo in cui le amministrazioni che operano nei territori siano formate e messe in condizioni di capire quali siano gli input essenziali allo sviluppo di quei territori.

Va considerato in via primaria come il turismo abbia le capacità per funzionare nei territori come potente veicolo di cambiamento, in alcuni campi specifici. Si dimostra essenziale l'acquisizione del "fattore cambiamento" nell'annullamento e nella revisione della relazione centro/periferia, in cui la non sistemicità del soggetto urbano attuale indica chiaramente percorsi non circoscritti a dati spaziali né alle relative contrapposizioni (v. in seguito come il cambiamento di senso di questa relazione vada a invalidare ogni impostazione ancorata al "centrale" e "marginale", a cominciare dalle politiche territoriali di offerta di certi consumi, peraltro già superate in virtù dei relativi target).

Il cambiamento di senso di questa relazione conferisce portata politica importante al cambiamento delle funzioni connesse alla ricettività, dove vengono introdotte modalità progettuali e organizzative segnate dalla contrapposizione fra dinamiche tradizionalmente definite, e altre ispirate dalla *sharing economy*. Di qui il posizionamento funzionale del turismo che entra nella base economica urbana in forme via via più trasversali, ad esempio alla luce dell'interazione progressiva tra offerta per i tempi del lavoro e del tempo libero; e il ruolo del turismo come input di base della catena di creazione di vantaggio competitivo locale e nell'integrazione sovra-territoriale (Emanuel et al, 2011).

La "filiera Territorio" per Roma destinazione turistica? Il Turismo, quale fattore competitivo per Roma?

E' anzitutto necessario definire quali informazioni siano necessarie per definire la competitività del processo turistico per Roma.

Nell'analisi del processo di produzione di *capitale territoriale,* o sovra-territoriale, va considerato l'aspetto "plurale" dei processi che interessano la città. Il già citato vanificarsi di rapporti misurabili fra centralità e marginalità introduce alla verifica di mondi che si incontrano e procedono parallelamente su percorsi "non finiti".

La città "infinita" si esplicita molto bene nel caso di Roma, città separata su strade non coerenti, non programmate, segnate per deroga ai piani urbanis-

tici, sul profitto tratto da disegni incompiuti o disattesi, dall'incoerenza nelle vicende della politica urbana, dalla falsificazione di obiettivi programmatori.

Roma rimane una città in cui trovano applicazione alcune performances in termini di neoregionalismo già espresse dal concetto di "città arcipelago" (Perulli, 1998). L'isola del Centro storico che implode non riuscendo a gestire servizi, occupazione, offerta per i consumi dei residenti, dunque diventando inaccessibile, si contrappone, rimanendone del tutto separata e indifferente, ai percorsi di sopravvivenza e crescita di periferie non coese, di diversa storia e difficile sostenibilità. E tuttavia, all'interno di queste, i percorsi "forti" per rappresentatività sociale e culturale e per capacità di produrre e comunicare immagine, diventano i veri luoghi di espressione di domanda, di manifesta incoerenza e, conseguentemente, si qualificano come i soggetti più chiaramente riconoscibili, spesso come attori culturali, creatori di esperienza attrattiva, *vision* rivoluzionaria, prospettiva di un qualche futuro. Ma non è della intera città che diventano attori conosciuti e comunicati ai visitatori, nelle vicende della comunicazione politica formalmente, e non, dedicata al turismo. Funzionano come espressioni di una città vera, viva, ma non comunicata come tale se non a livello di quartiere, dove queste entità si percepiscono, oppure ad altre scale, spontanee, fatte di quotidianità, di società reali e diversamente disperse.

La contraddizione esplode nel tentativo di generare una qualche situazione unificante di questi percorsi strutturalmente e concettualmente diversi.

Il turismo viene indirizzato su strade già battute, generando esperienze anacronistiche e difficili da gestire. Non è un processo immediato la creazione di contesti esperienziali competitivi, se non sulla base della conoscenza della domanda reale di residenti e visitatori. Di contro, la città "separata" non intende misurare la domanda, né interpretare desideri e target diversi, né ha interesse a studiare come mettere insieme esigenze incoerenti.

Quel che chiamiamo città non è "sistema" ordinato, fatto di subsistemi a loro volta ordinati ad altre scale. Roma è, insieme, tante destinazioni non compiutamente definite: città della fede e della pratica religiosa, dell'ipnosi storico-artistico-monumentale, del potere politico, dell'intrattenimento. Entro ognuna di queste sussiste e si esaspera la contraddizione fra la città da fruire "in cartolina", e le tante società che vi si affrontano, secondo tuttavia una tensione potente verso più percorsi del "divenire". Società, anche queste, che si costruiscono come icone da esibire. Per ognuna serve una pertinente intenzio-

ne e responsabile volontà di capire. Per ognuna vanno tratteggiati percorsi "di apprendimento".

In questa linea, un orientamento che pare imporsi secondo più direttrici è quello della formazione, come percorso di prassi politico/etica, che diventa produttivo su alcuni punti:

a) in quanto percorso di apprendimento che porta a conoscere i contesti in cui gli attori dell'offerta scelgono consapevolmente di generare turismo sulla base della lettura di vocazioni e potenzialità, al fine di individuare originali, effettivi segmenti di sviluppo del processo.

b) a condizione che lo stesso processo proceda in condivisione con percorsi e contesti di coesione territoriale, ricerca di sostenibilità, sviluppo dei medesimi contesti come "destinazioni".

Le forme del nuovo turismo si declinano, ormai da tempo, secondo principi di sostenibilità e responsabilità che richiedono la patrimonializzazione delle culture e il lavoro congiunto dei soggetti pubblici e privati. Ne scaturisce così una forma di turismo che costituisce un vero e proprio "turismo dell'apprendimento", che avvicina e integra il turista nella dimensione naturale e culturale di un territorio. E segna forme di sostenibilità territoriale "alternativa".

Apprendimento è conoscenza continua e progressiva delle componenti distintive del percorso identitario compiuto, a sua volta, da un territorio per mantenersi in vita. Questa pratica conoscitiva crea una filiera di condivisione con la esigenza di conoscenza dei portatori di domanda turistica. Apprendimento è, insieme, percorso di costruzione del "prodotto Territorio", sulla base dell'acquisizione di vocazioni e potenzialità in atto, che rimangono spesso sconosciute perché nascoste dietro operazioni di banalizzazione e commercializzazione del prodotto offerto convenzionalmente.

Agli operatori della cultura del turismo viene richiesta sensibilità idonea al fine di una organizzazione di reti tra offerta non convenzionale, costruita sulle filiere che producono valore finalizzato alla sussistenza del territori, e politica turistica, per la comunicazione dell'offerta che nasce dal territorio, dalla cultura del territorio. Serve portare fuori i contenuti da percorsi di convenzione aculturale, perché falsificata. La società reale non è quella degli standard, spesso degradati, omologati a livelli culturali modesti, superati dalla società reale e non originali.

A questo proposito è opportuno citare l'apparente "ritardo" in cui si attesta la posizione di tanta parte dell'area romana. Territori come i Castelli Romani, o il Litorale che fronteggia la città sono attrattori fermi nel tempo,

ormai tradizionalmente indifferenti rispetto a cicli di crescita e trasformazione che li qualifichino come destinazioni turistiche.

Non sono nella collocazione “periferica”, definizione peraltro non più giustificabile negli attuali percorsi di crescita “infinita” dei cicli territoriali, ma nella persistenza di marginalità urbana, nella carenza di servizi, nei costi elevati dell’offerta di consumi, nella grave insufficienza dell’offerta occupazionale e nel conseguente invecchiamento della popolazione residente, le motivazioni del ritardo. E’ un ritardo “territoriale” che ha fatto di queste aree, in alcuni casi, oasi di singolari gentrification, in altri, luoghi di diffusione del degrado, di pericoloso disinteresse sociale, luoghi della “assenza” di territorio. Luoghi a beneficio dei quali non basta, conseguentemente, l’invenzione e la proposta di “cammini”, itinerari, esperienze variamente riferite a filiere di comunicazione commerciale costruite entro periodiche fasi di affermazione dei contesti locali, se le stesse operazioni permangono al di fuori di una programmazione e di una intenzione responsabile, entrambe rivolte a una “lettura” di ciò che tiene in vita e rende attrattivi i territori.

E c’è una altra Roma, per più aspetti marginale, molto più vicina, eppure culturalmente e socialmente lontanissima da qualunque “centro” della città. E’ la Roma delle aree “pericentrali”, un tempo già moderatamente apprezzabili, nel quadro di ragionamenti istituzionali pertinenti a una idea di città gerarchicamente ordinata: oggi, fatta di brandelli diversamente emergenti, confusa fra disegni di ristrutturazione e promesse mancate. In questa dispersione di programmi in più forme disattesi nascono, indifferenti a ogni disegno ciclico, ma eredi di un “urbano” corredato di una propria storia e ancora desideroso di affermarsi, percorsi di rivitalizzazione territoriale individualizzati e significativi, che impediscono alla città di regredire definitivamente nei ranghi di un grande museo a cielo aperto, a sua volta circondato dal “non conosciuto” e dall’indifferenza.

Ma raramente, se non per occasioni il più delle volte casuali, questi input arrivano ai turisti, alla programmazione che li interessa.

La proposta di occasioni culturali nuove, che esistono e già si sono conquistate settori importanti di credito presso gruppi di residenti non viene, nella prassi, presa in considerazione dalla politica del turismo romano. Sebbene spesso anche i turisti, spontaneamente, ne vengano coinvolti e li acquisiscano come “atmosfere” culturali da ricordare, raccontare e alle quali tornare.

Posizionamento nazionale e internazionale e struttura economica e organizzativa del turismo a Roma

Quali dati descrivono l'economia delle politiche turistiche romane? Vanno misurati:

- il ruolo del turismo nella base economica urbana e il contributo del turismo al PIL;
- i segmenti dell'offerta turistica in atto (Istat, 2019);
- i segmenti dell'offerta turistica potenziale ;
- gli indicatori di attrattività turistica;
- gli indicatori di progettualità turistica, sulla base di una analisi dei prodotti "attivi";
- gli indicatori di offerta in declino, mediante analisi dei prodotti "maturi".

Vanno realizzate:

- una analisi dei flussi di visitatori (EBTL, 2018);
- una analisi della spesa pubblica per il turismo;
- una analisi dei consumi di cultura.

Proposte progettuali, azioni perseguibili, reti possibili

Va definito un programma:

1) Valorizzazione del prodotto "destinazione Roma", sulla base di una acquisizione del significato del cambiamento della relazione fra domanda e offerta:

a)acquisizione del concetto di sostenibilità come tutela della "qualità di vita", ecc.);

b)creazione e consolidamento di *relazioni strategiche fra amministrazione e partner aziendali* (trasporto aereo, ricettività, tour operator, agenzie turistiche..., competitor a diversi livelli), sulla base della relativa capacità interattiva;

c) identificazione di *gruppi di interesse* per specifiche categorie di prodotto (come esempio, si può pensare al “Club di prodotto”), così da entrare nella rigenerazione di “società” e delle relative categorie di consumatori;

d) allestimento di *strategia di web marketing* sulla base di *inchieste* rivolte a turisti e operatori con la finalità della presa in considerazione dell’“*identità tecnologica del turista*”, in coerenza con l’analisi delle caratteristiche tecnologiche della domanda e dell’offerta (Faccioli, 2019);

e) interventi su qualità e brand dei prodotti;

f) creazione di prodotti di nicchia;

g) progettazione di prodotti in *co-marketing;*

h) formazione di residenti e visitatori ai fini della costruzione di conoscenza dell’offerta come dato complesso, falsificato se ridotto a standard;

i) tutela dell’identità tecnologica del visitatore, al fine di garantire allo stesso una non omologazione delle scelte;

l) costruzione dell’Esperienza turistica come concetto non banale, ma piuttosto come “filiera” basata su un programma di produzione di valore.

2) Metodo e tipologie di intervento progettuale:
Vanno definite tipologie e categorie di intervento per la creazione di prodotto turistico:

1) Programmazione di filiere di servizi in grado di qualificare/selezionare un prodotto innovativo rispetto a un prodotto convenzionale e di filiere di produzione di valore finalizzate alla differenziazione di un prodotto sostenibile da uno convenzionale (Trentino Marketing, 2015).

2) Acquisizione del cambiamento di senso del mondo della ricettività e delle relative reingegnerizzazioni, nei termini della gestione del processo turistico come non straordinario, ma come ordinario progetto di rigenerazione urbana.

Il passaggio dal mondo della ricettività tradizionale al "sistema" *Airbnb* si esplicita lungo nuovi percorsi di semplificazione e messa in trasparenza del processo, per una condivisione fra uso delle tecnologie, processo amministrativo, imprenditorialità ricettiva, consumi innovativi.

Vanno progettati percorsi di ristrutturazione dell'offerta ricettiva e va preso atto delle nuove configurazioni del settore, mediante:

a) proposta di applicazione dell'originale input proposto da *Airbnb* attraverso il concetto di Community, come interazione fra Piattaforma, Amministrazioni, Host, con l'obiettivo di una garanzia di semplificazione del funzionamento di un processo di produzione condiviso.

b) acquisizione di metodologie di selezione della qualità dell'accoglienza mediante la conoscenza e la valutazione della complessità di filiere di servizi da diversificare secondo più target.

c) acquisizione dell'importanza dei percorsi citati in coerenza con il percorso di costruzione e management della Destinazione turistica.

Si configura una filiera "Territorio" che si ricostituisce lavorando sulle risorse "vive" che generano percorsi identitari. Non su dati convenzionali. Il turismo è processo che si alimenta di dati che si muovono, che generano ricchezza, cultura, apprendimento continuo, rigenerazione di società. La risorsa costituita dal turismo è risorsa prodotta, "non" data.

La promozione territoriale turistica di Roma

Le proposte:

1) Definizione delle destinazioni turistiche "Roma" come contenuti di Marca territoriale;

2) Promozione, comunicazione e commercializzazione di più *brand* "Roma";

3) Informazione. Casi di studio: istituzione di eventi promozionali sulla base di situazioni di sinergia, in termini di politica dei prezzi e sponsorizzazione pubblico/privata, disciplinate da Commissioni composte da soggetti istituzionali e privati;

4) Promozione nei mercati internazionali come disegno strategico di nuovi percorsi di rete.

Roma, destinazione dell'Intrattenimento? Quale intrattenimento nella Capitale?

In Italia gli sviluppi e le potenti contraddizioni dei modelli dell' industria hanno generato, già dalle prime vicende, quelle dinamiche di affermazione della cosiddetta "città infinita" in cui, in più casi, difficilmente si è venuti a patti con le tante domande di pianificazione di spazi espresse dalla società reale (Rullani, 2004; Lanzani, 2015; Faccioli, 2015). Si tratta di produzione di valore. E dunque delle tante destinazioni per Roma, quanti possono essere quei percorsi di produzione competitivi e coerenti con la dimensione di città infinita (Faccioli e Marafon, 2017).

Quali sono le filiere lungo le quali Roma vive come Città infinita? Leggerle dall'interno, interpretarle, viverle, è capire per quali percorsi la Città diviene attrattiva, e per chi. Quali sono i target che chiedono *leisure*, divertimento, inedita qualità di uso del tempo libero?

Il modello di produzione *Made in Italy* funziona anche nella definizione dei sistemi dell'Intrattenimento a Roma? E' un modello d'impresa che vive esclusivamente nelle isole della grande imprenditoria romana? O diventa processo territoriale attraverso le attività che genera? [2]

Creazione di offerta "Intrattenimento" è, a sua volta, creazione di processo turistico. E' creazione di capacità di accesso a condizioni di più complessa qualità di vita, è capacità partecipativa, apprendimento, educazione al benessere, all'apprezzamento di esperienza formativa migliorativa, salutare, mirata a sviluppare capacità di approccio alla "felicità" (Cabanas e Illouz, 2018.).

Creazione/produzione di intrattenimento è partecipazione alla creazione di turismo come esperienza del desiderio, del sogno, della messa in atto di conoscenza del luogo "che non c'è" (Boccella et al, 2008). Necessariamente,

---

[2] Alcuni *brand* funzionano come soggetti/attrattori dell'Intrattenimento e comunicatori d'immagine:

https://fondazionealdafendi-esperimenti.it

https://zumarestaurant.com/locations/rome;

https://www.roccofortehotels.com/it/hotels-and-resorts/hotel-de-russie

perché funzioni come programmazione di una filiera esperienziale competitiva deve essere input "di successo" nel confronto con i mercati mondiali.

Roma rappresenta, prima che un prodotto turistico, un'icona dell'immaginario internazionale nei termini di una straordinaria attrattività esercitata da componenti storiche, artistiche, di elevato significato e pregio culturale, costruite nel tempo attraverso percorsi di comunicazione di contenuti originali e tuttavia, per più direttrici, frequentemente divenuti convenzionali, attraverso approcci letterari, cinematografici, scientifici e/o di maniera, rivolti a cogliere e partecipare di percorsi, da un lato, fortemente identitari o, all'opposto, convenzionalmente falsificati.

Interessa qui tratteggiare cenni per un programma di lavoro che prenda in considerazione alcuni fra gli input pertinenti alle attuali condizioni e proposte attrattive "sostenibili" per Roma. Il tema dell'intrattenimento va qui definito per quello che può "correggere" nell'immagine accreditata della Capitale, così da evocare per alcuni cenni pertinenti alcune, sostenibili, tipologie di destinazione, fra le numerose con cui la città si possa opportunamente identificare.

Come già detto, in questo ambito, che a ben vedere investe la stessa portata intrinseca della città come attrattore sociale, tanta parte di offerta innovativa, portatrice di "alternativi" contenuti di pregio, resta finora destinata a circuiti qualificati come marginali nella geografia e nella società disegnate dalle politiche turistiche in atto. Frequentemente, quell'offerta resta rivolta ai circuiti da cui nasce, spesso al di fuori dei campi battuti e consolidati dalla politica amministrativa "centrale", che resta il soggetto di offerta principale e, nella maggior parte dei casi, l'unico, conosciuto dai turisti. Qui la separazione netta "obbligata" fra intenzione comunicativa globale, che funziona come interattiva su canali ampiamente esplicitati, e la comunicazione implicita e poco evidente che si instaura fra tanti "Locali", che tuttavia crescono di spessore in termini di coesione e condivisione in spazi diversi, sebbene strutturalmente sostanziati di una originale condizione di "espulsione" urbana (Sassen, 2014).

Il ragionamento dimostra come vada fatta attenzione all'uso, in questi casi, del termine e del concetto di "globale". Come verificato, dimostra capacità di generare comunicazione globale, nella prassi, il percorso che produce crescita culturale, pratica dell'apprendimento, coesione di società capaci di rinnovarsi, per le opportunità di applicazione costruttive che le stesse possono mettere in atto, pur su piccole misure, ma con sostanza unica e non replicabile, non ripetibile perché fatta di complessità, lungo catene internazionali di creazione

di ricchezza (Rullani, 2004). Diversamente, la *governance* che replica offerta secondo partizioni già “finite” e circoscritte, in città che finite non sono più, o non sono mai state, è destinata a fallire ripetutamente, non trovando spazio di confronto né di giustificazione.

In realtà l’analisi territoriale ci consente di rilevare come la domanda di qualificazione che sta dietro al turismo, nei cicli interattivi di domanda e offerta, venga evasa propriamente e in forme efficaci solo acquistando consapevolezza della nuova domanda politica che viene necessariamente rivolta alle amministrazioni locali, consapevolezza che a sua volta rende implicita da parte di queste, la richiesta di competenze nella lettura delle effettive complessità territoriali.

Dall’analisi si dimostra come una lettura propositiva dei variegati “fallimenti” della programmazione turistica sia possibile solo investigando le motivazioni che stanno dietro alla banalizzazione di contenuti e immagini territoriali. I prodotti del turismo diventano falsi, inefficaci e dunque inutilizzabili, quando nascondono le realtà “vere” vissute dalle società coinvolte. Servono operazioni volte a “tirar fuori” dall’immagine da cartolina la radice di fatti e processi, e interventi operativi in grado di far capire e interpretare insuccessi, percorsi di declino, involuzione, degrado e/o omologazione dei nostri prodotti turistici e dei nostri territori.

Il tema dell’Intrattenimento viene inteso qui come percorso costitutivo e indizio di “metropolitanità”, attività ricreativa complessa che interessa la condivisione di esperienze culturali, sociali, artistiche, fondata su una necessaria formazione dei soggetti a diverso titolo coinvolti.

Roma appare, di per sé, una opportunità forte per l’impronta originale e il valore aggiunto unico che la città presenta come *location* “percepita”. I visitatori partecipano di un’esperienza che si costruisce sull’unicità delle atmosfere e dei paesaggi urbani, in una cornice di suggestione speciale come *brand* storico, artistico e culturale.

In apparente contrasto, persistono criticità decisive nella fruizione del prodotto Intrattenimento a Roma. L’offerta standard continua a condizionare la domanda. Non c’è programmazione coerente con le esigenze di residenti, visitatori, operatori, dunque, nella prassi istituzionale generale viene ignorato il dato della complessità espresso dal territorio.

L’offerta culturale e turistica, complessivamente non efficace anzitutto perché non programmata secondo una diversificazione per target, in termini logistici consente percorsi di fruizione limitati, in particolare nelle ore nottur-

ne, dalle inefficienze del trasporto pubblico. Manca un piano di previsione di lungo periodo, manca una offerta di intrattenimento in lingua inglese e per famiglie (è inevasa la domanda di parchi a tema/naturalistici, serviti da trasporti efficienti, in condizioni di sostenibilità, secondo modelli internazionali, es. statunitensi/sudafricani)[3].

Sulla base dell'esame di questi punti, una criticità di base compare nella mancanza di un percorso programmatico di costruzione della "destinazione Intrattenimento" per Roma, ideato sulla base di una analisi previsionale degli equilibri fra domanda e offerta del relativo prodotto.

Una bozza di programma di lavoro

L'offerta si struttura su due canali:

a) Un modello "centrale" che comunica spettacolo, arte, itinerari urbani, concentrati su una offerta di natura convenzionale, ferma nel tempo, tradizionalmente accreditata

b) Una *vision* su potenzialità della "altra Roma", in cui si incrementano percorsi di nicchia, mediante prodotti culturali/leisure che si costruiscono e consolidano su diverse modalità del "fare rete".

I termini della sfida progettuale in tema di costruzione del prodotto/destinazione riguardano, nella sostanza, l'auspicio di un trasferimento di nuove modalità del "fare impresa" culturale, affinché la nicchia diventi input delle politiche dei "grandi numeri".

Alcuni interessanti percorsi si basano su:

---

[3] Alla non programmazione complessiva dell'offerta si collega anche il frequente verificarsi di non accessibilità, per sovraffollamento di visitatori, in occasione di eventi culturali/*leisure* di grande impatto. Inoltre nella maggioranza dei casi si rilevano problemi nella reperibilità di biglietti per la partecipazione a eventi, ancora frequentemente offerti in formato digitale, pur in piattaforme specialistiche. D'altro lato, dalla gestione di offerta generalista a quella specialistica, il management del mercato di offerta *leisure* "di nicchia" presenta una disfunzione fondamentale nella mancanza di competenze in termini di capacità di pertinente comunicazione e promozione.

a) Costruzione, da parte di grandi Istituzioni pubbliche dello Spettacolo e della Musica, di esperienze di individuazione ed espressione di talenti creativi, per la creazione di cantieri *e-learning* per cinema, teatro, musica, in cui si possa avviare percorsi prototipali da affiancare alla formazione in presenza;

b) Formazione di competenze nella gestione della "identità tecnologica" del turista, per salvaguardare una non omologazione delle scelte;

c) Uso mirato di tecnologie per la facilitazione della fruizione di Intrattenimento integrata con l'ottimizzazione dell'offerta di accoglienza, nel contesto della promozione di esperienze relazionali fra offerta e domanda, complesse e innovative (ne è un esempio importante il *sistema Manet*, finora essenzialmente in uso in alcune strutture ricettive di livello esclusivo (Faccioli, 2019a);

d) Condivisione fra settori privato e pubblico dell'uso di formule del digitale mediante l'impiego di tecnologie in contesti di offerta tecnico/culturale professionalmente specializzata, ispirati a *trend* internazionali, fondati sull'integrazione con organismi e istituzioni politico- culturali mondiali. In questo campo lavorano con successo sviluppatori di *software*, di esperienze di *augmented reality*, esperti nel generare incremento del valore culturale ed economico degli *assets*.

e) Creazione di contenuti innovativi dell'offerta mediante progettazione di spazi espositivi (arte, musica, spettacolo) in termini *site specific*, in cui l'architettura funzioni come soggetto/input del processo di creazione del prodotto/destinazione in termini di esperienza correlata al contesto territoriale.

È evidente come gli input che possono produrre innovazione siano le reti che si generano in questi percorsi, fra operatori istituzionali e non. I soggetti interattivi sono Università, Accademie, Ambasciate, Associazioni di categoria e, nel privato, Curatori, Direttori, collezionisti, esperti professionisti, imprenditori della cultura, Scuole d'Arte, Laboratori per il coinvolgimento di turisti in base a specifici target da individuare nel mercato di provenienza, così da lavorare sulla cultura originale del visitatore, nell'arte, in manifatture artigianali, nella cultura enogastronomica.

I risultati auspicabili del programa

I risultati attesi riguardo allo sviluppo di soluzioni potenziali si fondano su percorsi specialistici di riaggiustamento e riadattamento di interventi che funzionino in ambito privato, con l'obiettivo di una condivisione di interessi attuativi con la programmazione delle scelte istituzionali. Serve una analisi delle possibili situazioni di sinergia, in termini di politica dei prezzi e sponsorizzazione pubblico/privata disciplinata da Commissioni composte da soggetti istituzionali e privati.

Va promosso l'allestimento di eventi di intrattenimento ordinari in contesti culturali di eccellenza (importante l'organizzazione di esclusive esperienze della ristorazione nella Cappella Sistina, nei Musei Vaticani). E l'offerta di eventi espositivi di pregio da proporre in gallerie d'eccezione (fra queste, esempi importanti come contesti che fanno dell'ospitalità un percorso sempre più complesso e pervasivo dell'esperienza del "viaggio" sono alcune strutture alberghiere).

Vanno costruiti pacchetti per offerta integrata di *leisure* e ospitalità; *street experiences* di enogastronomia, musica, danza[4].

Vanno definite alcune azioni programmatiche, nella linea di azioni già citate:

> a) integrazione fra i settori privato e pubblico nella condivisione dell'uso di tecnologie digitali;
>
> b) ri-catalogazione di patrimoni culturali sulla base di relativa ri-tematizzazione dei contenuti, da parte di professionisti formati per fare dell'offerta di patrimoni culturali, prodotti e attrattori fruibili;
>
> c) investimento in processi di produzione di valore da condividere in via primaria con i residenti, in funzione del miglioramento della "qualità di vita" di settori del territorio urbano-metropolitano, prima istanza per una creazione consapevole di attrattività turistica;

[4] In particolare, le Università, nel quadro delle iniziative di Terza Missione, possono mettere a disposizione strumenti per la diffusione e la traduzione operativo-professionale di dati della conoscenza.

d) trasferimento di contenuti intelligenti/non standard in funzione di percorsi di ibridazione culturale richiesti dai trend internazionali, per la creazione di banche di *big data*.

Si deve guardare al saper fare impresa in percorsi di formazione. Il territorio, l'impresa, le regole del *Made in Italy* si confermano input essenziali per la creazione di *edutainment*, come "educazione" programmatica, con particolare riguardo, fra altri campi di interesse già citati, alla cultura enogastronomica come veicolo forte di relazionalità commerciali, interculturali, sociali. La stessa opportunità/valore aggiunto dell'immagine di Roma, di per sé *location* di straordinaria suggestione, piuttosto che restare prodotto "da cartolina" deve generare *brand*, anche cinematografici, da restituire in iconografie aggiornate, in linea con i più competitivi mercati della comunicazione d'immagine urbana.

Il progetto Litorale nella filiera del Territorio

Il caso studio "Ostia" rappresenta, come soggetto originale di attrattività, un contenuto e un input forte, e una ricorrente occasione mancata nel discorso della Filiera Territorio per Roma, perché tradizionalmente condizionato da vicende politiche locali che hanno inciso negativamente sulla reputazione dell'immagine del territorio in termini di "sicurezza" (Faccioli, 2019b).

I temi critici riguardano: la mancanza di progettazione dell'area come destinazione turistica, nonostante gli obiettivi dichiarati nell'originaria pianificazione; una difficile accessibilità per l'inefficienza delle vie infrastrutturali; la non adeguatezza nei confronti della domanda degli attuali mercati internazionali, specificamente riguardo ai segmenti *business* e *leisure*, recentemente confermati ed evidenziati come obiettivi operativi della programmazione dell'offerta; l'obsolescenza dell' offerta balneare e delle strutture dell'accoglienza; una *brand reputation* consolidata in qualità di *destinazione "minore"* rispetto alla Roma storica; la mancanza di identità originale come destinazione/vacanza e come soggetto urbano nell'ambito dell'area romana[5].

[5] I dati recenti riportano una situazione critica complessiva del contesto ricettivo, con un calo degli Arrivi rispetto allo scorso anno e una contrazione del numero di alberghi, con una perdita di oltre 100 camere, a fronte di un incremento esponenziale di "case vacanze", dato, quest'ultimo, peraltro comune a tutti i Municipi romani.

Tuttavia la *location* Ostia presenta qualche vocazione nei confronti dell'inserimento in una filiera di sviluppo territoriale metropolitano, per la propria storia, per il disegno della morfologia naturale e insediativa, per il significato territoriale assunto nella vicenda dell'urbanizzazione romana.

Fra le opportunità di Ostia resta la presenza di popolazione giovane (fa parte del Municipio anagraficamente più giovane della capitale), mediamente qualificata e propositiva dal punto di vista della domanda di intrattenimento culturale (i dati di iscrizioni e prestiti nelle Biblioteche sono vicini ai valori del Centro storico; i dati su Attività culturali e presenze di visitatori delle stesse, risultano più elevati dei corrispondenti dati riportati nel Centro storico (Faccioli e Puppio, 2013).

Opportunità di grande originalità in termini di offerta ambientale naturalistico/paesaggistica e di una conseguente, pertinente progettualità urbanistica, è nella morfologia disegnata dal fiume, dai canali, dai paesaggi dello sbocco litoraneo della Campagna romana (quest'ultima, presenza eccellente nell'immaginario culturale/artistico universale, eppure non proposta nella promozione turistica romana), dai paesaggi dominati dai Casali di bonifica, dalle dune, dalle pinete, dall'area archeologica diffusa nel verde, dalla Riserva presidenziale di Castelporziano, azienda agricola di 6.000 ettari. E opportunità infrastrutturale essenziale è la struttura "esatta" del "tridente" formato dall'Autostrada per Fiumicino, dalla vecchia Via del Mare e dalla Via Cristoforo Colombo, la strada più lunga progettata in Italia da Piano Regolatore all'interno di uno stesso Comune.

Le linee attuali di intervento riguardano un'operazione di valorizzazione del sistema attuale fondata su azioni di *marketing* territoriale messe in atto da parte di imprenditori privati, che hanno dato vita anche a *start up* dell'ospitalità rivolte in particolare ai segmenti *business* e *leisure*. Si lavora intorno alla costruzione di filiere di servizi *site specific* per un ritorno alla percezione del territorio come interfaccia tra mare e strada, una linea direttrice da assumere e vivere secondo intenzioni progettuali per la riconquista di un accesso immediato delle residenze nei confronti del mare. Quest'ultimo, finalmente ridiventato, nella promozione da parte della politica locale, immagine forte di risposta al desiderio dell'"altrove", piuttosto che occasione da vendere per intervento degli stabilimenti balneari. L'offerta nel mercato digitale viene infine aggiornata come albergo/mare/aeroporto, secondo il disegno di segmenti di ospitalità integrati con l'"offerta mare" per gli ospiti che sfruttano la contiguità con l'Aeroporto di

Fiumicino, da un lato, e la relativa, rapida, raggiungibilità del Centro storico, dall’altro; e come dispiego di capacità di interpretazione della domanda internazionale, di integrazione fra mercato e offerta romana.

Nella filiera Territorio il dato naturalistico ha ancora portata riconoscibile, da rileggere e mettere a valore come mare/fiume/Campagna romana/canali, su cui si innesta l’offerta di ospitalità diffusa. Intrattenimento capace di rispondere alla domanda del *low coast market*, l’offerta di alto livello di campeggi in segmenti espressamente rivolti a campeggiatori nord-europei.

Sfida importante e non di maniera è quella che propone l’esperienza di *edutainment* a giovani locali e visitatori su percorsi che seguano, anche grazie alla promozione di cicloturismo, le reti dei tracciati idrografici (canali aperti e rettificati dalla bonifica e corsi d’acqua naturali, scorci di paesaggio che chiedono manutenzione e riqualificazione continua). Tracce che segnano percorsi trasversali per il diportismo minore, la pesca, passeggiate lungo il fiume e i canali, per pratiche sportive, per conoscere e interpretare un’area verde che è un patrimonio disseminato di emergenze della storia locale.

Ostia è un caso di studio di quanto di competitivo debba ancora acquisire tutta l’offerta attrattiva di Roma, per sopravvivere e crescere. E’ un altro pezzo di territorio “marginalizzato” da Roma, e d’altro lato animato da un pluriculturalismo che, qui come in altre parti “minori” della città, cresce in forme esponenziali. E’ caso di studio originale per interpretare il senso di *location* periferiche all’interno di grandi città, idealmente da costruire su migliore qualità di vita, cultura ambientale, apprezzamento di valori di vita extraurbana, frequentazione di aree a parco, in contesti di efficienza dei trasporti, di pianificazione e fruizione sostenibile dei servizi.

La *Vision* che riteniamo auspicabile per il Litorale di Ostia si conferma in un progetto di Intrattenimento come condizione quotidiana di condivisione, per la creazione di presenza competitiva, capacità comunicativa, “effetto città”. Per un Litorale che sia felice integrazione di business, successo, lavoro, mobilità e relazione internazionale aperta.

Referencias

BETTONI, G. "L'émergence des cités métropolitaines italienne". In BETTONI, G. et al (ed), *Métropoles en chantier 2*, Berger Levrault, pp. 65-85, 2018.

BOCCELLA, N. et al, A. *Economia e marketing del turismo*. MC Graw Hill, 2008.

CABANAS, E. e ILLOUZ, E. *Happycracy. How the science of happiness controls our lives*. Premier Parallèle, 2018.

CONTI, S. et al. *Geografia economica e politica*. Pearson, 2014.

CONTI, S. e SALONE, C. *Per una grammatica della programmazione territoriale*. In M. Faccioli (a cura di) "Quali filiere per un progetto metropolitano? Slow tourism, spazi comuni, città". FrancoAngeli, pp. 39-56, 2015.

EMANUEL, C. et al. E. *Progettare il cambiamento. Filiere programmatiche e iniziative di sviluppo turistico* in Piemonte, Edizioni Mercurio, 2011.

Ente Bilaterale Turismo del Lazio, *Rapporto Annuale 2018*, EBTL, 2019.

FACCIOLI, M., "La Roma dell'Intrattenimento. Cultura, Impresa, Territorio: le reti possibili". In: *FUTOUROMA 2019>2025*, Roma Capitale, 2019a.

______. "Ostia: il 'progetto mare' per Roma". In: *FUTOUROMA 2019>2025*, Roma Capitale, 2019b.

______ i PUPPIO, E. Nuovi Turismi, il valore del territorio di Ostia. In Roma Capitale (a cura di), *Roma cresce. Brasile, Cina e Russia: mercati strategici di un nuovo turismo per l'Italia e la Capitale*, FrancoAngeli, pp. 220-46, 2013.

______. (a cura di), *Quali filiere per un progetto metropolitano? Slow tourism, spazi comuni, città*. FrancoAngeli, 2015.

______ i MARAFON, G. F. (a cura di), *Città infinita e filiere internazionali. Per altre idee di turismo*. Aracne, 2017.

ISTAT. *Turismo in Italia nel 2018*. Istat, 2019.

LANZANI, A. *Città territorio urbanistica tra crisi e contrazione. Muovere da quel che c'è, ipotizzando radicali modificazioni*. FrancoAngeli, 2015.

PERULLI, P. *Neoregionalismo. L'economia archipelago*. Bollati Boringhieri, 1998.

TRENTINO MARKETING - Official Tourist Board, *Piano Strategico Pluriennale, maggio 2015*. Trentino Marketing, 2015.

RULLANI, E. *Economia della conoscenza. Creatività e valore nel capitalismo delle reti*. Carocci, 2004.

SASSEN, S. *Expulsions: Brutality and Complexity in the Global Economy*. Cambridge, Mass., Harvard University Press, 2014.

Sitografia

https://fondazionealdafendi-esperimenti.it

https://zumarestaurant.com/locations/rome

https://www.roccofortehotels.com/it/hotels-and-resorts/hotel-de-russie

Destinazione turística. Quando la popolazione diventa un “atrattore”

Tiziano Gasbarro[1]

Introduzione

Cercare di comprendere ed analizzare il modo in cui, soprattutto ma non esclusivamente, le popolazioni possano e anzi debbano rappresentare un fulcro all’interno della definizione di una destinazione turistica di successo, ponendosi quale discriminante principale nella promozione dell’immagine della destinazione che verrà a crearsi. Questo l’obiettivo che le pagine successive tentano di porsi, in molti casi indicando e riportando fonti alla base di ragionamenti qui citati e che nascono, per l’appunto, da un metodo ed una bibliografia pregressi ampiamente discussa e che non necessita ripetizioni in questa sede.

A questo proposito si può iniziare notando come sempre più frequentemente ricorre il concetto di “creazione” della destinazione turistica. Altrettanto spesso non si riesce a comprendere quali elementi dovrebbero necessariamente entrare a farne parte né, nei casi in cui tale destinazione esista già, in che modo sarebbe opportuno farla progredire, evitando stagnazione sociale e, molto più importante, imprenditoriale. Emerge a questo proposito la necessità, prima di tutto, di comprendere dove una determinata destinazione voglia posizionarsi rispetto al *target* di riferimento. Nel caso specifico compete un posizionamento focalizzato “nel definire l’offerta e l’immagine di un’impresa[2] in modo da consentirle di occupare una posizione distinta

---

[1] Tiziano Gasbarro è Dottorando in Beni Culturali, Formazione e Territorio (XXXII ciclo), presso l’Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”. Geografo Politico-Economico si interessa di Aree Naturali Protette, pianificazione territoriale e rigenerazione in chiave sostenibile sia urbani che extraurbani.

[2] Il riferimento all’impresa non è un refuso. La scelta è quella di trattare la destinazione turistica come un prodotto generato da un insieme di enti, pubblici e privati, che collaborano verso il raggiungimento di un obiettivo comune, volto alla realizzazione di una risultate aziendale

e apprezzata nella mente del mercato obiettivo" (Kolter, 2004, p 372). Si intersecano i concetti di posizionamento, essenziale nel processo turistico, e di immagine. Tali attributi permettono di stabilire, verso il *target*, esattamente il ruolo che si vuole trasmettere. L'immagine acquisisce allora un ruolo quale l'essere un fattore di successo delle destinazioni turistiche, cruciale nella promozione, nella distribuzione e nello sviluppo dei prodotti turistici (Sonmez ig Sirakaya, 2002; Pikkemaat, 2004).

Prospettive di destinazione

Secondo l'Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT) una destinazione turistica è definita come

> a physical space in wich a visitor spends at least one overnight. It includes tourism products such as support services and attractions, and tourism resources within one day's return travel time. It has physical and administrative boundaries defining its management, images and persceptions defining its market competitiveness. Local tourism destinations incorporate various stakeholders often including a host community, and can nest and network to form larger destinations.

Diventa necessario, prendendo a riferimento tale definizione, tenere in considerazione una serie di caratteristiche e modificazioni alle strutture territoriali, così come sopra introdotte. La pianificazione di spazi fisici e sociali si compone, oltre che di elementi concreti, di azioni "intangibili". Essenziale si dimostra la capacità di accrescimento dell'area d'intervento, non solamente spaziale ma anche qualitativo, ponendo alla base strategie di *destination management*. Peculiarità del settore turistico è la capacità di generare valore per la destinazione non soltanto in prospettiva di flussi turistici ma anche, e soprattutto, nelle possibilità di produrre risorse potenziali per la collettività. Ad esempio, la relazione tra beni culturali e turismo viene oggi sempre più interpretata come una reazione produttiva in cui gli stessi – dopo un lungo periodo durante il quale sono stati considerati solo come patrimonio da preservare – assumono il ruolo

---

di successo. Nelle pagine successive verrà indicato più nello specifico quali passi sono stati individuati opportuni e maggiormente aderenti alle idee e proposte attuabili.

di "attrattori turistici" (Simeon, 2000) e diventano fattori di sviluppo locale (De Varine, 2005; Greffe, 2003; Martelloni, 2006). Ma non si tratta solamente di potenziare il patrimonio culturale materiale, come abbiamo visto, bensì di crearne altrettanto, se non di più, di immateriale ed ancor più delocalizzato.

Agenti di formazione dell'immagine (Gartner, 1993).

Nel processo di produzione d'immagine esistono molteplici canali che, nel corso degli anni, hanno subito una ridefinizione non nella struttura quanto nella tipologia. Quello che cambia non sono i contenuti ma i mezzi di diffusione. L'avvento dei social media e degli influencer ne diventa il caso emblematico. Nello specifico, trattando la creazione di una destinazione turistica di successo, si ritiene assolutamente valido un discorso improntato sull'utilizzo di:

- Fonti informative indotte palesi di primo livello: forme tradizionali di pubblicità. Si sa che l'emittente vuole promuovere la destinazione.
- Fonti informative indotte palesi di secondo livello: tour operator, agenzie di viaggio ecc... la promozione concorre alla percezione che si costruisce nell'immaginario del turista.
- Fonti informative indotte non palesi di primo livello: tradizionali fonti ma accompagnate da una figura di spicco che ne esalta le qualità.
- Fonti informative indotte non palesi di secondo livello: articoli, reportage, storie relative ad un determinato posto proveniente da una fonte apparentemente non interessata allo sviluppo turistico della destinazione. Credibilità data dal fatto che le persone sembrano estranee alle dinamiche territoriali.
- Fonti informative autonome: report, documentari, film e articoli sulla località.
- Fonti informative organiche non sollecitate: divulgazione di informazioni da parte di chi è stato in visita nel luogo.
- Fonti informative organiche sollecitate: il processo di ricerca attivato da chi sceglie di partire, indeciso tra più destinazioni. Il passaparola è fortemente considerato.
- Fonti organiche: informazioni raccolte postume alla visita dell'area.

Scheda 1

La *public policy*[3] si interessa con sempre maggior vigore alla costruzione di processi di *governance* del territorio, definendo modalità di coordinamento delle dinamiche economiche e sociali mediante il coinvolgimento di un numero sempre maggiore, e con estrazione sempre più diversificata, di attori. Cambia nella sostanza l'approccio che si ha verso la proposizione di un prodotto turistico (*good-dominant logic*[4]) ponendo l'attenzione sulla vendita di servizi e, ancor di più, esperienze. Ci si trova in uno stato di s*ervice-dominant logic* (Vargo e Lusch, 2004; Lusch e Vargo, 2006), all'interno del quale si mettono

---

[3] Ho deciso, nell'ambito di questo contributo, di escludere la percezione di una destinazione turistica attraverso il ciclo di vita descritto da Butler (1980), da lui suddiviso in fasi fondamentali: 1) Esplorazione; 2) Coinvolgimento; 3) Sviluppo; 4) Consolidamento; 5) Stagnazione; 6) Ringiovanimento o Declino. Alla base delle considerazioni evidenziate nelle pagine successive si trovano piuttosto i contributi, rielaborati grazie al testo citato in bibliografia "Il turismo nelle/delle destinazioni" – e dal quale prendo molti degli spunti che io stesso inserisco nel discorso – di alcuni tra gli autori che più assiduamente si sono occupati, e si occupano, di trattare la *public policy* italiana. Faccio riferimento a pubblicazioni quali Conti S., Salone C., *Programmazione integrata e politiche territoriali. Profili concettuali, esplorazioni progettuali*, IRES Piemonte, Torino, 2011; Conti S., Sforzi F., *Il sistema produttivo italiano*, in Coppola P. (a cura di), *Geografia politica delle regioni italiane*, Einaudi, Torino, pp. 278-336, 1997; Conti S., *Territori industriali: imprese e sistemi locali,* in "Geotema" 2, Pàtron, Bologna, 1995; Conti S., Giaccaria P., Rossi U., Salone C., *Geografia economica e politica*, Pearson Italia, Milano, 2014. Come ho tentato e tenterò di evidenziare, sarà proprio il ruolo attribuito ed attribuibile alle figure pubbliche del tessuto territoriale di volta in volta selezionato, a porsi in risalto ed in linea con le modificazioni delle prospettive dell'offerta e della domanda turistica in relazione alle destinazioni createsi. Questo non significa l'abbandono di standard o dinamiche precedentemente valide ma una loro rielaborazione ed un loro ripensamento ed inquadramento nelle realtà moderne. A questo proposito ho scelto di focalizzare l'attenzione solo su di una parte individuala quale funzionale alla mia breve, e forse poco approfondita, analisi delle dinamiche in un territorio in mutazione; questo non a discapito dell'efficacia che tali interventi dimostrano all'interno dei contesti nei quali sono stati, o saranno, applicati.

[4] Dal *Town Center Management* britannico alla *Galerie Merchande à ciel ouvert* francese, passando per i *Centro comerciales abiertos o urbanos* spagnoli, in tutta Europa si registra una diffusa tendenza a rilanciare l'attività commerciale delle aree centrali attraverso azioni di *city branding*, *networking*, *destination management* e *benchmarking* tipiche delle strategie territoriali di matrice turistica (Cirelli, Nicosia, 2013).

a disposizione dei clienti, dei turisti, "risorse", materiali e immateriali, affinché concorrano responsabilmente alla creazione di valore. A mettere in crisi, volendo usare un termine forse troppo duro ma certamente efficace a riprova della modificazione della logica di mercato, il modello poc'anzi citato, è sicuramente la possibilità di accedere ad un bacino di conoscenza[5] estremamente più ampio rispetto alla situazione pregressa; non più soltanto una delle tante e diversificate risorse ma "la caratteristica essenziale, l'elemento fondante dell'esistenza dell'impresa e del processo di creazione del valore" (Vicari, 2008, p. 54). È interessante constatare come in "un capitalismo costruito sul lavoro della mente, il valore è generato proprio trasformando e utilizzando pensieri, emozione, identità" (Rossi, 2014, p. 17). Emerge nuovamente l'importanza della collaborazione, dell'ampliamento delle interazioni tra gli *stakeholders* diretti ed indiretti di una destinazione. Esiste però un problema che si pone nella presenza sempre più massiccia della rete[6]. Le informazioni diventano certamente più accessibili, ma questo comporta il pericolo di uno scavalcamento per alcune delle figure, fino ad ora ritenute essenziali, nella filiera turistica: *tour operator* ed agenzie dettaglianti. Fortunatamente sempre più enti e strutture, incluse le figure già citate, vedono nella rete un alleato piuttosto che un pericoloso rivale; preferiscono rimodulare parte della loro offerta seguendo le tendenze che dallo stesso mercato vengono imposte. Cambiano, di conseguenza, le logiche legate al mercato esaminato. Nell'ottica di una logica di servizio diventa preponderante la ricerca dell'esperienza autentica[7], incontaminata – ovviamente dal punto di vista della percezione dell'utente e dalla capacità degli attrattori di una destinazione di venderla come tale – volgendo l'attenzione alla capacità che gli *stakeholders*

---

[5] L'economia della conoscenza non riguarda i processi cognitivi della singola impresa, ma quelli della filiera cognitiva, ossia dell'insieme di operatori che si scambiano la conoscenza attraverso le diverse fasi della catena, passando dalla produzione, alla propagazione e all'uso (Rullani, 2004, p. 27).

[6] L'estrazione di chi utilizza internet non è più strettamente legata all'età, così come il mercato si sta spostando sulla rete e non la ritiene più un rivale quanto un punto di forza del quale prendere coscienza.

[7] Gli attributi che maggiormente definiscono una destinazione come autentica sono: il fatto che il luogo rimanga inalterato nel tempo, che i suoi paesaggi siano unici e non replicabili, che la comunità locale sia genuina e ospitale e, infine, che la cultura e le tradizioni siano uniche e fortemente presenti (Atzeni et al, 2018).

avranno nel far sì che la stessa mantenga le aspettative con le quali il turista si approccia al prodotto finale, riuscendo nel migliore dei casi ad accrescerle. Il viaggiatore ricerca, infatti, la possibilità di fare esperienze che rispecchino i luoghi, interagendo con le persone – e nuovamente emerge, qui, come la componente socio-culturale di un luogo si riveli essenziale alla creazione di una destinazione turistica credibile e di successo – arrivando a percepire un processo di crescita interiore, fino al raggiungimento di valori terminali come la felicità (Atzeni et al, 2018), l'autorealizzazione e la crescita del proprio io (Berman, 1970).

Governo e creatività dei territori

Facendo riferimento ad un territorio che punta a divenire una destinazione turistica, serve individuare un organismo che sia espressione "dell'integrazione e del coordinamento delle decisioni che afferiscono agli attori territoriali" (Golinelli M. C. et al, 2006, p. 26). Per far sì che questo accada, è necessario che si passi da una forma di gestione amministrativa dei fatti locali (*governement*) ad una che tenga fortemente in considerazione gruppi sociali ed istituzioni, decentralizzando dinamiche economiche e sociali (*governance*) (Sabel, 1998). Secondo Rullani (2002) il passaggio dal *government* alla *governance* porta con sé una doppia trasformazione:

- l'attenzione si sposta dalla struttura al processo;
- si passa da un approccio esclusivamente di governo (pubblica amministrazione) ad un altro basato sulla valorizzazione delle capacità civiche e delle politiche di volontariato.

Non sembra essere dello stesso avviso, però, Bonomi[8], il quale percepisce una "centralizzazione e verticalizzazione dei poteri di cui il drastico accompagnamento delle province è solo il più evidente degli aspetti" che interessano il microcosmo produttivo italiano, ritenuto principale destinatario del passaggio da *government* a *governance* nelle modalità appena descritte[9].

---

8 Bonomi A., *Se il territorio è in ebollizione*, in "Il Sole 24 Ore", 19 agosto 2012

9 Il modello del territorio del quale parla Bonomi è quello "autopoietico". il riferimento è all'idea di sistema autopoietico introdotta da H. Maturana e F. Varela, e cioè a quella "unità composita la cui organizzazione può essere descritta come un reticolo chiuso di produzioni

Tali considerazioni, anche se più recenti, sembrano non tener conto di come, ormai, una destinazione turistica venga indentificata tanto dagli operatori quanto dagli utenti. Concretamente, una destinazione è rappresentabile come una "confezione" (Leiper, 1990) di prodotti e servizi parzialmente creati da operatori pubblici e privati che pongono il *focus* non sulla singola attrazione, ma sulla combinazione di fattori attraverso i quali avviene l'esperienza di viaggio del turista. Potremmo anche dire che si qualifica la destinazione solo se esiste una "offerta parzialmente determinata che si fonda su un aggregato di risorse, attività e attori, il cui funzionamento deve interpretarsi come un sistema" (Tamma, 2002, p. 12). Lo stesso Tamma (2002, p. 17) individua le componenti rappresentative di una destinazione in:

- Uno spazio geografico definito;
- Un riferimento congiunto ad un'offerta (magari articolata per rispondere alle differenti esigenze del mercato) e a un mercato (rappresentato in termini di segmenti differenti l'uno dall'altro);
- L'insieme delle risorse – che in base a quanto visto in precedenza possiamo distinguere in *operand* (naturali, artificiali, ecc) e *operant* (attori e loro *know-how*) secondo la prospettiva della SDL – utilizzabili per l'erogazione dell'offerta.

Concordemente a questi elementi di modifica nelle dinamiche della gestione del territorio di una destinazione, indispensabile si pone l'individuazione di pratiche che sappiano aggregare e promuovere efficacemente le risorse rivolte al turista. L'attenzione si pone sul *Destination Management/Marketing Organization* (DMO) che, prendendo a riferimento la definizione, rappresenta:

> the leading organizational entity which may encompass the various authorities, stakeholders and professionals and facilitates tourism sector partnershis towards a collective dstination vision. The governance structures of DMOs vary form a single public authority to a public/private partnership model with the key role

di componenti che, attraverso le loro interazioni, costituiscono essi stessi il reticolo di produzioni che li produce e ne determinano l'estensione generandone i confini del loro dominio d'esistenza" (Maturana, 1993, p. 59). Tale modello, recentemente, può ritenersi ampiamente superato o, laddove ancora persistente, in crisi.

> of initiating, coordinating and managing certain activities such as implementation of tourism policies, strategic planning, product development, promotion and marketing and convetion bureau ativities. The functions of the DMOs may vary from national to regional and local levels depending on the current and potential needs as well as on the decentralization level of public administration. Not every tourism destination has a DMO[10].

Si mette subito in evidenza come le funzioni di *management* e quelle di *marketing* facciano capo alla stessa organizzazione. Questo non preclude la coesistenza di molteplici modelli organizzativi delle DMO[11], tanto che si pone l'accento su come queste possano comprendere autorità pubbliche, imprese, professionisti e altri portatori di interesse operanti in ambito turistico che vogliano cooperare nella prospettiva di una visione collettiva della destinazione. La necessità di coesione d'intenti e collaborazione è anche qui sottolineata, rivolgendosi a tutte le parti interessate, ponendo sullo stesso livello d'importanza tanto le ormai radicate aziende di settore quanto i nuovi attori del turismo, primi tra tutti i privati, i volontari; in sostanza, le popolazioni. Una volta in più appare evidente che le decisioni legate alla creazione di una destinazione turistica di successo "non possono essere compiutamente assunte se non alla luce delle attese della moltitudine di *stakeholder* che a differente titolo partecipa ai processi di creazione di valore (Napolitano, 2010; Napolitano e De Nisco, 2007).

Nel paragrafo precedente si è accennato al ruolo che i beni culturali hanno sempre avuto e che, più di recente, stanno assumendo nel contesto di creazione di una destinazione turistica. Congiuntamente si è fatta menzione della componente esperienziale, intangibile, creativa. Questa componente subentra con l'ingresso, tra i decisori, di figure intensamente legate al territorio che si prende a riferimento. Ma chi sono i protagonisti di questo binomio cultura-

---

[10] http://destination.unwto.org/content/conceptual-framework-0

[11] Ad oggi, le DMO e gli enti delle destinazioni sono di fatto degli attori esterni al sistema turistico della destinazione stessa. Lavorano parallelamente agli enti già presenti sul territorio ed in alcuni casi incidono positivamente, ricordandoci però come in molti altri casi, invece, non riescano né a dialogare né a rappresentare il sistema turistico. "Sono spesso castelli arroccati in sé stessi, scollegati dalla realtà del settore e soprattutto dai turisti" (Ejarque, 2016). Ovviamente la valutazione caso per caso è la discriminante essenziale per la comprensione di un territorio, sia in caso di esempi di successo che di insuccesso.

-creatività? *Change makers*, *urban regenerators*, *smart citizens*, sono questi agli “innovatori” delle città, protagonisti di pratiche virtuose, su larga e piccola scala, a volte fuoriuscendo dal contesto “generante” interconnettendo più realtà, amplificandole, ideandone di nuove e più appetibili per un mercato che, sempre più di frequente, si crea nel momento stesso in cui la loro arte prende vita.

Il patrimonio culturale e le sopracitate *performing arts*, rappresentano settori sani dell’economia reale che ingenerano ritorni sul territorio in termini di ricchezza prodotta, occupazione, nascita di nuove imprese, forza e durata delle relazioni tra soggetti. In ambito turistico rappresentano il valore aggiunto, portando creatività ed innovazione, favorendo e migliorando l’incontro tra la nuova domanda di esperienze turistiche – come è stato già più volte sottolineato fin qui – e un’offerta corrispondente di servizi. Per comprendere e meglio valorizzare queste nuove e mutevoli risorse territoriali è necessario restringere il campo attualizzando e trasformando le più tradizionali formule di fruizione turistica culturale.

Generazione di esperienze (Pine e Gilmor, 1999)

Il consumo turistico nell'era della creatività abbraccia la necessità di diventare scenario per la generazione e l'effettuazione di esperienze. La creatività implica un nuovo modo di rapportarsi all'esperienza di viaggio. L'esperienza creativa permette infatti al turista di entrare in relazione con altri soggetti e di avere un contatto reale con la comunità e la cultura locale.

La creatività, allora, contribuisce allo sviluppo delle destinazioni:

Adottando pratiche non convenzionali, poggiati sulla valorizzazione di aspetti dell'heritage locale, forti di un'attrattività non ancora sviluppata;

Attuando gli effetti di *commodification* e globalizzazione culturale sulle risorse del territorio;

Stimolando nuove opportunità di sviluppo occupazionale specie per le nuove professioni turistiche;

Accogliendo nuovi pubblici di visitatori;

Avendo un effetto moltiplicatore sull'economia del territorio, attivando collaborazioni professionali ma anche un vero e proprio indotto economico-commerciale;

Fornendo nuove forme di promozioni culturale, creando continuità di followers, legati al territorio e alla sua cultura;

Favorendo il passaggio dall'isolamento all'integrazione delle piccole e medie imprese, agendo positivamente nei confronti dei piccoli operatori che, nei circuiti turistici tradizionali, hanno poche possibilità di inserimento.

Scheda 2

La creatività sembra allora essere fonte di contribuzione essenziale, con specifici riferimenti a quei territori caratterizzati da una prevalenza di piccole e medie imprese. L'azione si focalizza sulla circolazione e diffusione di conoscenze, professionalità, stimoli e innovazioni, come già evidenziato precedentemente. L'introduzione nel contesto reticolare degli *stakeholders* di un territorio può e deve allargare le possibilità di un singolo, in particolar modo tenendo in considerazione la presenza di privati non riuniti in associazioni o categorie di settore, attraverso progetti che hanno effetti nel lungo periodo e che possono

essere replicati, plasmandosi sulla base delle esigenze e delle preferenze emerse nel mercato e nei consumatori, dettagliandoli per le specificità dei territori che ne prevedono l'eventuale implementazione.

Le attività di cui alla tabella seguente possono porsi alla base di una implementazione del sistema di misurazione della collaborazione tra gli attori di una destinazione turistica, modulandosi, come visto, alle esigenze specifiche del caso in esame.[12]

Dimensioni e *item* del modello DART

Dialogo	1 Utilizzare canali di comunicazione diversificati per avere sessioni di dialogo con i consumatori
	2 Condurre sessioni di dialogo con il consumatore frequentemente
	3 Coinvolgere le unità organizzative interne durante le sessioni di dialogo con i consumatori
	4 Coinvolgere stakeholder esterni all'organizzazione durante le sessioni di dialogo con i consumatori
	5 Riconoscere il contesto di esperienza sociale, emozionale e culturale del consumatore riguardo al prodotto/servizio
	6 Sottolineare lo sforzo dei dipendenti verso i singoli consumatori
Accessibilità	1 Offrire ai consumatori la possibilità di condividere il processo di progettazione del prodotto di servizio
	2 Offrire ai consumatori la possibilità di condividere il processo di sviluppo del prodotto di servizio
	3 Offrire l'opportunità ai consumatori di condividere il processo di fissaggio dei prezzi del prodotto di servizio
	4 sottolineare maggiormente la necessità di fornire esperienze ai consumatori rispetto alla proprietà del prodotto di servizio
	5 Fornire ai consumatori tutte le informazioni necessarie sul prodotto/servizio

[12] Il modello DART rappresentato in tabella fa riferimento ad un sistema economico più ampio, spesso indirizzato specificatamente ad una analisi di vendita di prodotto. Ho però ritenuto tale modello perfettamente coerente con la costruzione e produzione di una destinazione turistica, assimilando la stessa, per l'appunto, ad un prodotto da vendere. In questo modo vengono tenuti in considerazione aspetti ed azioni intraprese e da intraprendere grazie al coinvolgimento della pienezza degli attori presenti sul territorio. La coesione e collaborazione in un "sistema rete" tornano ad essere alla base di tutte le proposte possibili ed attuabili, al netto della considerazione dovuta agli elementi presenti nel modello.

Valutazione del rischio	1 Informare chiaramente i consumatori circa il servizio offerto
	2 informare i consumatori sui limiti riguardanti le conoscenze e le capacità dell'impresa
	3 riconoscere le mutevoli dinamiche dei bisogni dei consumatori
	4 Accettare le lamentele dei consumatori riguardanti la proposta di valore
	5 Accollarsi le responsabilità dei rischi derivanti dall'attività di impresa
Trasparenza	1 Rendere chiare ai consumatori le informazioni relative al prodotto/servizio
	2 Divulgare tra i consumatori le informazioni relative ai prezzi
	3 Trarre benefici dalla simmetria informativa tra i consumatori e l'impresa
	4 Costruire la fiducia tra i consumatori attraverso informazioni trasparenti
	5 Fornire informazioni aggiornate ai consumatori

Fonte: Traduzione da Taghizadeh, Jayaraman, Ismail e Rahman (2016)

Elementi e risorse per uno sviluppo di successo

Abbiamo visto fin qui come per *destination management* si intenda la gestione strategica di un territorio che voglia essere destinazione turistica, e che pertanto faccia "riferimento all'insieme di decisioni, di strumenti e di approcci gestionali che configurano la vita di una destinazione nella sua complessità, a cura della moltitudine di soggetti e/o organizzazioni (manager, imprenditori, policy maker, ecc) che partecipano, a differente titolo, alla sua definizione" (Napolitano, 2010). Analogamente possiamo definire il *destination management* quale un sistema di gestione strategica del territorio basato su appropriati sistemi di pianificazione e controllo delle attività da sviluppare, così che i flussi turistici presenti in un'area possano essere oggetto di ulteriore incentivo (Della Corte e Sciarelli, 2000).

Un problema si pone però nel momento in cui bisogna individuare in che modo una organizzazione, una gestione mirata, possa favorire sviluppo e collaborazione. Per far questo si possono individuare alcuni attori preesistenti, agevolando in questo modo la successiva introduzione di nuovi e più moderni. A tale proposito, Thomas e Wood (2014), considerando uno studio nel settore alberghiero. Da questo è possibile partire per analizzare e definire le capacità di assorbimento di una determinata destinazione, sotto uno dei

punti ritenuti essenziali, quale si dimostra essere l’ospitalità del potenziale turista.[13]

Tabella capacità di assorbimento e relativi *item* nel campo del settore alberghiero

Capacità		Determinanti
Potenziali	Acquisizione	Incontri con terze parti
		Rispetto reciproco
		Reciproca fiducia
		Interazione personale
	Assimilazione	Capacità di assimilare innovazioni e nuovi processi tecnologici
		Abilità nell’utilizzare le conoscenze e le esperienze dei dipendenti
		Abilità nell’assimilare conoscenza dall’esperienza di successo di altre organizzazioni operanti nello stesso ambito industriale

[13] Un doveroso appunto va fatto sul modello dell’offerta turistica dal lato dell’ospitalità. Per quanto lo studio risulti meticoloso, non bisogna dimenticare il notevole impulso dato al settore da parte di soluzioni alternative alla classica offerta alberghiera. Essenziale si dimostra la presenta di strutture complementari, aggregate sempre più di frequente e con sempre maggior efficacia attraverso portali dedicati. Basta osservare l’offerta portata da AirBnB, Booking (anche quest’ultimo ha iniziato, in anni recenti, a diversificare l’offerta, comprendendo case vacanza, seconde case o situazioni d’alloggio quali hostelli, affittacamere e campeggi organizzati in piazzole munite di bungalow), per capire come la rinascita di una destinazione possa, e forse debba, passare attraverso strutture e servizi preesistenti ai quali venga modificata, con cognizione, la destinazione d’uso.

Realizzate	Trasformazione	Capacità di coordinare e integrare le conoscenze
		Incoraggiare i dipendenti alla condivisione delle informazioni
		Abilità nell'uso delle ICT per migliorare i flussi informativi e le comunicazioni
		Consapevolezza del bisogno di usare nuove conoscenze per poter innovare
		Rapida applicazione delle nuove conoscenze riconosciute come importanti
	Sfruttamento	Riconsiderare la tecnologia utilizzata e adattarla alle nuove conoscenze
		Capacità di usare le nuove conoscenze per rispondere tempestivamente alle sollecitazioni del mercato
		Abilità nell'innovare per guadagnare in competitività

Fonte: Traduzione da Thomas & Wood, 2014, p. 45

Quanto in tabella può riferirsi a situazioni analoghe, tanto per forme di ospitalità quali strutture extralberghiere classiche (campeggi, resort ecc...) quanto per le nuove, rappresentabili nel mercato quali esclusivamente pertinenti al mercato on-line (AirBnB, Booking, Expedia ecc...).

Con le medesime finalità dello studio svolto da Thomas e Wood, si è portata avanti un'indagine[14] atta ad individuare i principali interessi dei turisti che usufruiscono di *tour operator* – altro ente del territorio che, idealmente, promuove e vende nel migliore dei modi, con il massimo delle conoscenze, un territorio – è stata sottoposta ad enti associati, francesi e inglesi.[15]

Attraverso il confronto tra indagine e letteratura, sono emersi 17 attributi che presentano un valore rilevante:

- Posti di interesse storico e culturale
- Attrazioni naturali

[14] Fonte dell'indagine è il Programma esecutivo annuale disponibile su www.enit.it per l'anno 2005. Ho ritenuto utile basarmi sull'indagine del 2005 poiché i dati analizzati risultano più aderenti al contesto di riferimento nel contributo da me portato. Si raccomanda comunque per completezza la consultazione dei *report* per gli anni successivi, così da poter osservare l'evolversi della situazione, esaminandone i risultati delle azioni proposte ed attuate nel corso degli anni.

[15] Cellini R., *Il turismo nei programmi di crescita e sviluppo: analisi teoriche ed esperienze*, in La Rosa R. (a cura di), *Lo sviluppo del turismo in Sicilia*, Franco Angeli, Milano, 2004

- Presenza di negozi e centri commerciali
- Presenza di strutture sanitarie
- Strutture ricettive di alta qualità
- Strutture ricettive con un numero elevato di posti letto
- Facilità di accesso alla destinazione
- Possibilità di praticare attività sportive
- Vivace vita notturna e divertimenti
- Buona cucina
- Professionalità dei tour operator locali
- Sicurezza pubblica
- Buon rapporto qualità/prezzo dei servizi turistici
- Pulizia e igiene dell'ambiente
- Ospitalità e gentilezza dei residenti
- Efficienza dei servizi turistici
- Qualità e quantità della promozione e dell'informazione turística

Sorprende il fatto che gli operatori di entrambi i paesi citino tra i fattori di *appeal* la presenza di vulcani e isole vulcaniche – l'elemento è emerso alla voce "Attrazioni naturali"; la Sicilia, come anche Napoli, Ponza e le altre isole lungo la medesima fascia costiera, sembrano dunque nella condizione di poter essere percepite come "altro" rispetto alla forma di turismo tradizionale che comprende generalmente mare e cultura – e questo possa comportare non soltanto una diversificazione e destagionalizzazione della destinazione turistica, ma l'approntamento di veri e propri servizi e corsi di formazione per lo sviluppo e la diffusione di questo segmento turistico, entrando per l'appunto nelle campagne di promozione di enti quali i tour operator in una visione più ampia dell'offerta turistica integrata nel *management* dei territori.

Individuare gli attori che, sinergicamente, possano dare vita ad una destinazione turistica di successo necessita, nella fase successiva, di comprendere come, su quali basi, debbano procedere. A questo proposito è possibile circoscrivere una serie di *steps* applicabili, su scale anche differenti e su realtà non troppo distanti concettualmente tra loro, attraverso i quali non solo la partecipazione degli *stakeholders* viene incentivata ed amplificata, ma permettono anche e soprattutto l'ampliamento delle categorie di figure interessate a subentrare nella gestione del territorio.

Progressivamente si porrà un *focus* su:

- *La creazione dell'immaginario*. L'attività di costruzione dell'immaginario trae particolare beneficio dagli strumenti che favoriscono la narrazione del territorio (guide, mappe, foto, webcam, video, racconti, leggende, fiction tv, ecc...). Accenno è stato fatto, in parte, nella Scheda1;
- *Il territorio e le sue rappresentazioni*. Si tratta cioè di costruire il prodotto globale (Casarin, 2007) valorizzando il patrimonio già presente nel territorio (ambiente naturale, architetture delle varie epoche storiche, eventi e manifestazioni culturali, ecc...), garantendone la godibilità, la sicurezza e la bellezza dei luoghi, in termini di accessibilità, infrastrutture, informazioni, accoglienza. L'attenzione dovrà mantenersi sull'esperienza del viaggiatore (per esempio la conoscenza delle lingue straniere non soltanto da parte degli albergatori);
- *Il viaggiare e il suo sistema di relazioni*. Come già visto, la necessità di comprendere cosa il turista scelga di esperire è fondamentale. Osservarli, ascoltarli, capirne i bisogni, le aspettative, i sentimenti e le emozioni con l'intento di realizzare un contesto accogliente in tutti gli ambiti di interazione con gli stessi, condividendo le proprie esperienze positive e negative, nonché le preoccupazioni e le modalità con cui eventualmente le hanno superate e risolte;
- *Il concept esperienziale e le modalità di svolgimento*. Si tratta cioè di definire quale modus operandi che permette agli attori chiamati ad allestire la proposta di valore di interrogarsi senza soluzione di continuità circa l'adeguatezza della proposta rispetto alle mutevoli istanze provenienti dai viaggiatori;
- *Gli attori dell'esperienza turistica*. Gli attori fondamentali dell'esperienza turistica sono altri viaggiatori, operatori dei servizi (dell'accoglienza, del trasporto, dell'intrattenimento, ecc...), istituzioni, comunità ospitanti, e, come abbiamo visto con l'avvento delle nuove forme mediali, gli *influencer*;
- *Il sistema dell'informazione riguardante l'esperienza turistica*. Il sistema dell'informazione, centrato necessariamente sulle diverse tipologie di viaggiatori, deve poter prevedere anche livelli diversi di

accesso alle informazioni, nell'ottica di un *destination management* efficiente;

- *Il sistema dell'accoglienza estesa e la nuova filiera turistica*. La formazione di personale turistico all'avanguardia, sotto ogni punto di vista e funzione, realizzando una "cultura dell'accoglienza" in tutti gli attori territoriali. Questo comporta un investimento importante in termini di dialogo con tutte le componenti coinvolte, volto a creare maggiore conoscenza, da condividere e ridistribuire tra tutti, fornendo la chiave di lettura univoca per gli obiettivi strategici della destinazione;
- *I fattori abilitanti la memoria dell'esperienza*. I fattori abilitanti si sono ampliati e assumono forme diverse: tra i *souvenir* cresce per esempio il ruolo dell'enogastronomia, tra i primi elementi in grado di risvegliare l'esperienza vissuta. Inoltre, alcuni di questi prodotti vengono poi ricercati nei negozi della distribuzione accentuando le possibilità di una reiterazione dell'esperienza da parte del turista.

Esperienze internazionali.

St. Louis

Un esempio americano di distretto culturale è quello di St. Louis, in Missuri, per molto tempo una città industriale inquinata e poco sicura, tanto che già dagli anni '50 molti abitanti avevano abbandonato il centro urbano per trasferirsi in periferia. Nel 1996, partendo dall'iniziativa di un migliaio di volontari, si avviò un processo di coinvolgimento partecipativo dei cittadini alla definizione degli obiettivi di sviluppo futuro della città. A questo primo segnale di progettualità, che venne dal settore no-profit e dalla cittadinanza, si sovrappose l'azione di coordinamento strategico dell'amministrazione pubblica locale. Nacque così il piano St. Louis 2004, che diede vita a più di settanta gruppi di lavoro formati da residenti che si occuparono della definizione ei contenuti del programma che si tradusse poi, immediatamente, in un piano d'azione con scadenze, stanziamenti di risorse ed assunzione di responsabilità che coinvolsero istituzioni pubbliche, imprese private ed associazioni di cittadini. Furono predisposte varie tipologie

di incentivi fiscali, finanziati ambiziosi programmi pubblici di investimento e create agevolazioni creditizie per l'impresa privata operante nei settori. Il risultato è che oggi St. Louis è tra le aree metropolitane più sviluppate degli Stati Uniti. In particolare, l'area metropolitana di St. Louis è tra le prime al mondo nelle biotecnologie e nelle scienze della vita, e l'agenzia di sviluppo dell'area, la regional chamber & growth association, progetta sempre nuove opportunità per la localizzazione di nuove imprese e per lo sviluppo della qualità della vita dei lavoratori. In questo processo la cultura permea tutti gli aspetti dello sviluppo urbano di St. Louis: dalla progettazione del sistema dei trasporti pubblici, con il rivoluzionario programma arts in transit nel quale sono coinvolti centinaia di artisti che si arricchisce ogni anno di nuove realizzazioni, all'orientamento professionale dei giovani che vengono coinvolti in programmi formativi tenuti da artisti locali, ma anche di fama nazionale e internazionale, il cui unico scopo è sensibilizzare gli studenti delle scuole medie e superiori nei confronti delle nuove professioni della creatività. La città è inoltre in grado di offrire molte alternative culturali ai suoi abitanti la St. Louis Symphony Orchestra, la seconda orchestra sinfonica del Paese, il Contemporary Art Museum, uno tra i musei più noti al mondo per l'arte contemporanea, il Forest park, uno dei parchi più belli del paese (più grande del Centra park di New York) all'interno del quale si trovano, tra gli altri, il St. Louis Art Museum, il St. Louis Science Center, il St. Louis History Museum e la St. Louis Municipal Opera, ed infine il Laumeier Sculture park, un parco museo con sculture appartenenti ad artisti di fama internazionale che ospita molti degli eventi culturali che animano l'estate e che attirano ogni anno numerosi spettatori ed artisti da tutto il paese. Tali istituzioni puntano sulla partecipazione della comunità locale. Questo è un elemento centrale della loro mission. La St. Louis Symphony ad esempio organizza ogni anno centinaia di concerti gratuiti e numerosi workshop. Tutti i musicisti si occupano delle attività musicali che coinvolgono la città, come suonare nelle chiese, nelle scuole, nei parchi. Il Missuri Botanical Garden è aperto gratuitamente per la cittadinanza, la St. Louis Municipal Opera presenta musical provenienti da Broadway a prezzi che partono d 25 cents. La St. Louis Art Fair, la cui programmazione coinvolge venti strutture culturali collegate, oltra a presentare ogni anno numerose mostre in ambiti diversi, organizza concerti jazz e spetta-

coli per bambini all'interno di aree a loro dedicate. La presenza pervasiva della cultura nelle varie dimensioni della vita della città dà una grande visibilità alle istituzioni culturali che coinvolgono l'intera cittadinanza nelle attività creando le condizioni ideali per un'ulteriore crescita delle istituzioni stesse: non è un caso, quindi, se a St. Louis, come in tutti gli States, uno dei principali canali di sostegno finanziario alla cultura è quello dei contributi dei privati cittadini.

Ruhr

Tra le esperienze europee, molto significativa ed originale è quella dell'Emscher landscape park, nella regione della Ruhr in Germania, che consiste nella riconversione di un'ara di oltre 300kmq, distribuita lungo il territorio fluviale dell'Emscher, da area industriale in abbandono a centro turistico e di promozione culturale. Il distretto minerario e siderurgico rappresentava il cuore industriale dell'Europa del secolo scorso. Tra il 1960 e il 1980 una profonda crisi economica dovuta all'innovazione nei modi della produzione industriale ed alla progressiva dismissione degli impianti minerari stava provocando il declino della popolazione. Nel 1989 il Land, il governo regionale della North Rhine-Westphalia, decise di dare vita ad una radicale trasformazione dell'area dell'Emscher con l'obiettivo principale di realizzare un parco naturalistico e paesaggistico in un ambiente caratterizzato da enormi fabbriche e miniere dismesse, fiumi trasformati in canali fognari a cielo aperto, elevati livelli di inquinamento atmosferico e sviluppo urbanistico disordinato. Il Land approvò, quindi, il programma decennale dell'IBA Emscher park e ne stabilì gli obiettivi generali che riguardavano sviluppo urbano e misure sociali, culturali ed ecologiche come basi per la trasformazione economica della vecchia regione industriale della Ruhr. La regia dell'intervento fu affidata alla IBA Emscher park, una società consociata a responsabilità limitata di proprietà della regione, preposta alla ricostruzione del paesaggio dell'Emscher. L'IBA non ebbe potere giuridico-legale né costituì un'autorità per la pianificazione, ma si configurò come un'agenzia di consulenza con lo scopo di realizzare una progettazione concertata e partecipata con i numerosi gruppi sociali, ambientalisti ed imprenditoriali presenti nell'area. In questo quadro complesso la società svolse il ruolo di moderatore e spesso di incubatore dei progetti ma la responsabilità dei singoli interventi

restò ai titolari dei contratti, le autorità locali ma anche le imprese ed i soggetti privati. Per realizzare gli interventi per l'IBA Emscher park non vennero utilizzate fonti di finanziamento straordinarie. Le azioni di pianificazione furono finanziate da programmi di aiuto alla regione già esistenti, combinati a fondi strutturali statali e comunitari. Durante la fase IBA vennero investiti nella regione cinque miliardi di marchi, di cui circa due terzi provenienti da fonti di finanziamento pubblico ed un terzo da investimenti privati. Il programma di riqualificazione del paesaggio della Ruhr promosso dall'IBA dal 1989 al 1999 si fondava su sette obiettivi specifici: la ricostruzione del paesaggio dell'Emscher; il riassetto idrogeologico del sistema fluviale dell'Emscher; il recupero del Rhei--herne-kanal come spazio ricreativo; il recupero dell'archeologia industriale come testimonianza storica; nuovi posti di lavoro nel parco; nuovi spazi abitativi e forme innovative dell'abitare; a promozione di attività sociali, culturali e sportive. Le procedure di selezione degli interventi nell'Emscher park si basarono su nu sistema concorsuale che valutò, essenzialmente, la qualità estetica, ecologica ed ambientale e la fattibilità concreta dei progetti presentati. Nei dieci anni di fase IBA furono, cos, realizzati oltre 120 progetti ecologici (fonte: http://www.iba.nrw.de/main.hhtm). Gli interventi riguardarono la reazione di un sistema di parchi di varie tipologie (culturali, naturali, paesaggistici, ricreativi, ecc...) collegati da una rete ciclopedonale ad altre aree con attrezzature per lo sport e per il tempo libero. Uno di questi parchi, ad esempio, il Duisburg park, sorto su un'aria di due milioni di mq delle ex acciaierie Meiderich della società Thyssen. Il riuso delle acciaierie è stato estremamente originale, con itinerari panoramici che hanno consentito di accedere agli altiforni, alcune pareti degli impianti che sono state trasformate in palestre per free-climbing ed i gasometri che sono diventati piscine per scuole di sub. Il programma previde anche un censimento dei complessi industriali, al fine di inserirli in un piano di restauro di nuove destinazioni d'uso. Abbatterli avrebbe, infatti, comportato un consistente onere finanziario ed una perdita di identità culturale del paesaggio. La loro intrinseca monumentalità è stata, invece, valorizzata da progetti che hanno creato moderne cattedrali post-industriali, adatte ad ospitare eventi artistici e culturali, oltre che nuove attività economiche e produttive. Tra gli interventi ci fu anche il recupero di antichi complessi di abitazioni popolari e la realizzazio-

ne di nuovi quartieri residenziali. L’innovazione dell’Emscher landscape park è consistita, quindi, non nell’attivazione di politiche economiche ad hoc, ma nella creazione delle condizioni territoriali favorevoli per nuovi investimenti mediante la costruzione di un ambiente capace di competere sui mercati degli investitori con la qualità dello spazio, degli edifici, delle funzioni e dell’offerta culturale, tesa alla valorizzazione degli elementi di pregio che hanno fatto la storia della regione. Nel frattempo, non si può certo dire che l’Emscher park non sia stato un successo con la Ruhr trasformata da caposaldo dell’industria pesante a capitale europea della cultura nel 2010. Oggi la regione presenta, infatti, 3500 monumenti industriali, 200 musei, 120 teatri, 100 centri culturali, 100 sale da concerto e due teatri musicali che ogni anno attirano da tutta la Germania e dal resto dell’Europa milioni di visitatori che vogliono conoscere i progetti IBA e partecipare ai numerosi eventi in programma (fonte: http://www.ruhr-tourism.de).

Scheda 3 (elaborazione di Placenti F., 2015)

Considerazioni conclusive

Il valore di un territorio gli viene attribuito non soltanto dalle popolazioni che lo abitano ma, dunque, anche dai turisti che lo frequentano (Martini, 2010). L’esperienza di costruzione di una destinazione turistica deve allora partire proprio dalle esperienze dei turisti ma, anche in un’ottica *supply side*, senza però tralasciare i più recenti sviluppi del contesto turistico dove, primi fruitori di prodotti e servizi, sono gli abitanti stessi. Il legame tra destinazione ed esperienza del turista si rende quindi essenziale. Ma esiste un concetto standard di esperienza?

L’enciclopedia Treccani definisce l’esperienza come

> “la conoscenza diretta, personalmente acquisita con l’osservazione, l’uso o la pratica, di una determinata sfera della realtà”

mentre per Rossi e Goetz (2011, pp. XV-XVI)

> non esiste una definizione di esperienza turistica che possa essere condivisa da tutti, proprio perché l'esperienza è una percezione che si forma nella mente del turista mettendo a confronto le sue aspettative, ovvero l'immagine interiore di ogni viaggio che si forma sulla base di una personale chiave di lettura (valori, motivazioni, propensioni), modificata dall'insieme degli stimoli che esercitano un'influenza su tale immagine e confrontata con quanto realmente vissuto da lui o dalla sua rete relazionale

Nel determinare l'esperienza è quindi necessario il punto di vista del viaggiatore, perché l'aspetto tangibile della stessa scompare nel tempo, mentre rimane indelebile il ricordo dell'evento.

La costruzione dell'offerta turistica per una destinazione non può e non deve più seguire i principi di un vecchio modello fondato sulla standardizzazione dei prodotti. Sia chi progetta (consum-autori) sia chi esperisce (consum-attori) deve seguire logiche volte al potenziamento ed introduzione di servizi innovativi che si basino sempre più sulla ricerca dell'esperienza, della convivialità. Le imprese e le organizzazioni che desiderano intercettare l'interesse e la disponibilità ad acquistare dei consumatori del mondo di oggi devono non più produrre solo beni e/o servizi, ma devono offrire esperienze tali da coinvolgere il viaggiatore a "livello emotivo, fisico, intellettuale o anche spirituale" (Pine e Gilmore, 2000, p. 14). In altre parole

> ci si chiede fino a che punto l'approccio degli operatori di una destinazione, nell'allestire una propria offerta, sia capace di stimolare la mente delle persone che visitano quella destinazione attraverso il coinvolgimento di tutti i cinque sensi e non soltanto di quello visivo (Hazel Hahn, 2012, p. 196)

Si rischia però in questo modo che l'espressione culturale di una popolazione, per via di globalizzazione prima e gentrificazione poi, diventi un prodotto omologato con deboli richiami all'identità propria, spesso finendo per rappresentare folkloristicamente solo alcuni aspetti identificati a livello internazionale quali "autentici", senza che lo siano realmente. Si comprende allora perché sia necessario che nelle agende politiche ai diversi livelli istituzionali siano presenti azioni concrete volte a sviluppare il turismo ed a rafforzare le condizioni territoriali che ne rendono possibili lo sviluppo. Alcune tra queste azioni, volte a scongiurare possibili elementi di crisi quali appena citati, tendono a:

- Promuovere e sostenere la coesione sociale e territoriale della comunità locali – creazione di capitale sociale territoriale – al fine di incrementare l'attività turistica dei luoghi, rafforzando il valore identitario e costruendo intorno ad esso un processo di convergenza territoriale, tramite pratiche relazionali positive che accrescano i livelli di coesione sociale e di fiducia reciproca (Becattini, 2000);
- Sostenere l'integrazione tra le attività turistiche e il resto dell'economia rurale, creando relazioni sinergiche con altri settori produttivi e con le altre componenti territoriali (Pollice, 2012a);
- Superare il conflitto tra benefici economici e costi ambientali. Doveroso il riferimento al superamento delle soglie di carico del territorio, e sociali, dovuto a forme eccessivamente invasive di turismo che potrebbero innescare processi di deterritorializzazione irreversibili e compromissori dello sviluppo del contesto territoriale;
- Mettere in valore e a sistema, l'insieme di peculiarità paesaggistiche, storico-monumentali ed enogastronomiche che le contraddistinguono.

Queste sono alcune delle tematiche che dovrebbero guidare le scelte volte a promuovere lo sviluppo del turismo, cercando nel contempo di non dimenticare che il turismo rappresenta solo uno degli assi di sviluppo dei territori, posto che il modello di riferimento rimane quello di uno sviluppo integrato incentrato sulla multifunzionalità (Società Geografica Italiana, 2012).

Per concludere, al netto di tutte le considerazioni, una destinazione turistica diventa quindi tale solo nel momento in cui si apre al mercato, ai turisti, ed interagisce con essi al punto che il valore della meta turistica è definita proprio attraverso un processo congiunto di creazione e produzione collaborativa di significati e di risultati. Si prescinde il successo attraverso la condivisione di risorse *operand* e *operant* di tutti gli attori coinvolti, valorizzando e tutelando le risorse che più di tutte, in questa nuova prospettiva dell'accoglienza, sono essenziali: le popolazioni.

Referencias

AHMED, Z.U. "The influence of the components of a state's tourist image on product positioning strategy". *Tourism Management*, n. 4, v. 12, pp. 331-40, 1991.

AHUJA, J.; WEBSTER, J. "Perceived disorientation: an examination of a new measure to assess web design effectiveness". In *Interacting with computers*, v. 14, pp. 15-29, 2001.

AMODIO, T. *Turismo e territorio*. In BENCARDINO, F. E PREZIOSO, M. (a cura di), *Geografia del turismo*. Milano, McGraw-Hill, pp. 60-69, 2007.

ATZENI, M. et al. *La definizione del concetto di autenticità nelle destinazioni turistiche: un approccio fondato sul laddering,* Micro&Macro Marketing, 2018.

BAGGIO, R. "Collaboration and cooperation in a tourism destination: a network science approach". *Curret Issues in Tourism*, v. 14, n. 2, pp. 183-89, 2011.

BAGNOLI, L. *Manuale di geografia del turismo. Dal Grand Tour ai sistemi turistici*. Torino: Utet, 2010.

BALOGLU, S. "McCleary K. W., A model of destination image". *Annals of Tourism Research*, v. 26, n. 4, pp. 868-897, 1999.

BARBETTA, G. et al. (a cura di). *Distretti culturali: dalla teoria alla pratica*. Bologna, Il Mulino, 2013.

BARCA, F. et al. "The case of regional development interventation: place-based versus place-neutral approaches". In: *Journal of Regional Science*, v. 52 , n. 1, pp. 134-52, 2012.

BARILE, S. e SAVIANO, M. L. "A new perspective of system complexity in service science". *Impresa Ambiente Management*, v. 4, n. 3, pp. 375-414, 2010.

BAUMAN, Z. *Dentro la globalizzazione, Le conseguenze sulle persone*. Laterza, Roma--Bari, 1999a.

BECATTINI, G. "Lo sviluppo locale nel mercato globale. Riflessioni controcorrente". In: *La Questione Agraria*, vol. 1, pp. 13-27, 2000.

BELL, D. e JAYNE, M. (a cura di). *City of wuarters: Urban villages in the contemporary city.* Ashgate, Aldershot, 2004.

BELLETTI, G. "Ruralità e turismo". *Agriregionieuropa*, anno 6, 20, 2010.

BERMAN, M. *The politics of authenticity*. London: Allen, 1970.

BIGNÈ, et al. "Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: inter-relationship", *Tourism Management*, v. 22, n. 6, pp. 607-16, 2001.

BRUNER, E. M. *Culture on Tour: ethnographies of travel*. University of Chicago Press, Chicago-London, 2004.

BUTLER, R. W. "The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources". In: *Canadian Geographer*, v. 24, n. 1, pp. 5-12, 1980.

CANELA, G. e FIGINI, P. *Economia dei sistemi turistici*. Milano, McGraw-Hill, 2005.

CARRUBBO, L. *La co-creazione di valore nelle destinazioni turistiche*. Roma, Rirea, 2013.

CARRUS, P. P. e MELIS, G. "L'innovazione delle scelte strategiche in condizioni di crescente complessità. Risorse, processi e competenze per la creazione di valore nel nuovo scenario". *Franco Angeli*, v. 122, 2006.

CELLINI, R. "Il turismo nei programmi di crescita e sviluppo: analisi teoriche ed esperienze". In LA ROSA, R. (a cura di). *Lo sviluppo del turismo in Sicilia*. Milano: Franco Angeli, 2004.

CENSIS. 5° rapporto Censis/Ucsi sulla comunicazione in Italia, disponibile su www.censis.it, 2005.

CIRELLI, C. (a cura di). *Gli spazi del commercio nei processi di trasformazione urbana*. Bologna, Pàtron, 2007.

CIRELLI, C. et al, E. *Percorsi creativi di turismo urbano. I luoghi dell'entertainment nella città del tempo libero*. Bologna, Pàtron, 2013.

CIRELLI, C. e NICOSIA, E. *Il centro storico, centro commerciale naturale*. In: SCANU, G., *Paesaggi, ambiente, culture, economie. La Sardegna nel mondo mediterraneo*. Bologna, Pàtron, pp. 201-18, 2013.

CUSIMANO, G. (a cura di). *Il turismo nelle/delle destinazioni*. Bologna, Pàtron Editore, 2015.

DALL'ARA, G. "I Sistemi turistici locali: una opportunità di sviluppo". In: DALL'ARA, G. e MORANDI, F. (a cura di). *I sistemi turistici locali. Normativa, progetti e opportunità*. Matelica, Halley Editore, pp. 83-112, 2006.

DALLI, D. "Produzione, distribuzione e appropriazione del valore di mercato: il ruolo del consumatore". *International Marketing Trends Conference*, 21-23 gennaio. Venezia, 2010.

DE VELLIS, R. F. "Scale development: theory and applications". *Sage pubblications*, Fourth Edition, vol. 26, 2016.

DEL BALDO, M. "Contratto di rete e turismo: la collaborazione aziendale come driver della competitività del settore e del territorio. Un'analisi delle prime esperienze". In: *Rivista di Scienze del turismo*, v. 2, pp. 71-116, 2014.

DELL'AGNESE, E. *Media e geopolítica*. In: LIZZA, G. (a cura di). *Geogpolitica delle prossime sfide*. Torino, Utet, pp. 243-273, 2011.

DELLA CORTE, V. e SCIARELLI, S. *La gestione dei sistemi locali di offerta turística*. Padova, Cedam, 2000.

DI FELICE, G. Da "luoghi letterari a luoghi turistici nella mediazione cinematografica. Due casi internazionali a confronto". In CIRELLI, C. et al (a cura di). *Percorsi creativi di turismo urbano – Creative paths of urban tourism. I luoghi dell'entertainment nella città del tempo libero*. Bologna, Pàtron, pp. 337-52, 2013.

EJARQUE, J. e LE DMO, E. "Gli enti del turismo italiani sono destinati a sparire?" *Fourtourism blog* http://www.fourtourismblog.it/le-dmo-gli-enti-del-turismo-italiani-destinati-sarire, 2016.

ENIT. *Programma esecutivo annuale*, 2005, www.enit.it .

EVANS, C. "Creative spaces, tourism and the city". In RICHARDS, G. e WILSON, J. *Creativity, tourism and development*. Routledge, Londra-New York, pp. 57-72, 2007.

FABRIS, G. *Il nuovo consumatore: verso il postmoderno*. Milano, Franco Angeli, 2003.

FRIAS, J. D. M. et al. "The effect of value-creation on consumer-based destination brand equity". *Journal of Travel Research*, v. 56, n. 8, pp. 1011-31, 2017.

GARTNER, W. C. "Image formation process". *Journal of Travel and Tourism Marketing*, v. 2, n. 3, pp. 191-215, 1993.

GETZ, D. *Tourism planning and research. Tradition, models and futures*. In: HALL, M. C. e PAGE, S. J. (eds. 1999). *The geography of tourism and recreation. Enironment, place and space*. New York, Routledge, 1987.

GIANNONE, M. *La componente territoriale nei sistemi turistici locali*. In: DALL'ARA, G. e MORANDI, F. (a cura di). *I sistemi turistici locali. Normativa, progetti e opportunità*. Matelica, Halley Editore, pp. 71-81, 2006.

GOLINELLI, C. M. *Il territorio sistema vitale: verso un modello di analisi*. Torino, Giappichelli, 2002.

______ et al. *Governo e marketing del territorio*. Sinergie, Rapporti di ricerca, v. 2, n. 23, pp. 17-34, 2006.

______. *L'approccio sistemico al governo dell'impresa: Valorizzazione delle capacità, rapporti intersistemici e rischio nell'azione di governo*. Padova: Cedam, 2000.

GRAZIANO, T. *Dai migranti ai turisti. Gentrification, luoghi del consumo e modelli di fruizione nelle città globali*. Roma: Aracne, 2013.

GUATRI, L. *La teoria di creazione del valore. Una via europea*. Milano: Egea, 1991.

HALL, C. M. *Tourism planning. Policies, processes and relationship*. Pearson: Harlow, 2000.

HAZEL, H. H. *The Flâneur, the Tourist, The Global Flâneur, and magazine reading as Flâneur*. Dix Neuf, v. 16, n. 2, pp. 193-210, 2012.

ID. *Dal marketing territoriale alla gestione competitiva del territorio*. Napoli, Edizioni Scientifiche Italiane, 2000.

ID. *La società dell'incertezza*. Bologna, Il Mulino, 1999b.

______. *L'economia delle esperienze*. Milano, Etas, 1999.

______. *Piccole destinazione e marketing. Officina Turistica*, 2 maggio, http://www.officinaturistica.com/2016/05/piccole-destinazioni-marketing/, 2016.

______. "Sistemi territoriali e apprendimento localizzato". In BIGGIERO, L. e SAMMARRA, A. (a cura di). *Apprendimento, identità e marketing del territorio*. Roma: Carocci, pp. 36-56, 2002.

KOLTER, P. *Marketing management*. Milano: McGraw-Hill, 2004.

LEIPER, N. "Tourist attraction system". In *Annals of tourism research*, v. 17, n. 3, pp. 367-84, 1990.

LIN, N. *Social Capital: a theory of social structure and action*. Cambridge, Cambridge University Press, 2001.

LUSCH, R. F. e VARGO, S. L. *The service-dominant logic of marketing: Dialog, debate, and directions.* Routledge, Londra, 2014.

LUSH, R. F. e VARGO, S. L. *Service-dominant logica s a foundation for a general theory. The service-dominant logicof marketing: Dialog, debate, and directions*, 406, 2006.

MARTINI, U. *Destinazione turistica e territorio*. In: FRANCH, M. *Marketing delle destinazioni turistiche: metodi, approcci e strumenti*. Milano: McGraw-Hill, 2010.

MATURANA, H. *Autocoscienza e realtà*. Milano: Rafaello Cortina Editore, 1993.

MCCOOL, S. F. e LIME, D. W. "Tourism Carryn Capacity. Tempting Gantasy or Useful Really?". In: *Journal of Sustainable Tourism*, v. 9, n.5, pp. 372-88, 2000.

MOSCARDO, G. "Shopping as a destination attraction: An empirital examination of the role of shoppung in tourists destination choice and experience". In: *Journal of vacation Marketing*, v. 10, n. 4, pp. 294-307, 2004.

NAPOLITANO, M. R. *Comportamento e soddisfazione del turista. I risultati di una ricerca in Campania*. Milano: Franco Angeli, 2010.

NAPOLITANO, M. R. e DE NISCO, A. *Marketing turistico e destination branding. Lezioni da alcune esperienze internazionali*. In: BENCARDINO, F. e PREZIOSO, M. (a cura di). *Geografia del turismo*. Milano: McGraw-Hill, pp. 253-84, 2007.

PECHLANER, H. e WEIERMAIR, K. *Destination management. Fondamenti di marketing e gestione delle destinazioni turistiche*. Milano, Touring Club Italiano, 2000.

PEZZANO, A. "DMO fai la cosa giusta?", *Officina Turistica*, 20 ottobre, http://www.officinaturistica.com/2015/10/dmo-fai-la-cosa-giusta/, 2015.

PIKE, S. e RYAN, C. "Destination positioning analysis through a comparison of cognitive, affective, and conative perceptions". In: *Journal of Travel Research*, v. 44, pp. 333-42, 2004.

PIKKEMAAT, B. "The measurement of destination image: the case of Austria". In: *The Poznan University of Economics Review*, v. 41, n. 1, pp. 87-102, 2004.

PINE, B. J. e GILMORE, J. H. *Oltre il servizio. L'economia delle esperienze*. Milano, Etas, (ed. or. 1999), 2000.

PLACENTI, F. "Distretti culturali e turismo. Il caso dei distretti culturali siciliani tra aspettative disattese ed opportunità mancate". In CUSIMANO, G. (a cura di). *Il turismo nelle/delle destinazioni*. Bologna, Pàtron Editore, 2015.

POLLICE, F. "I sistemi turistici agro culturali. Configurazioni territoriali ed orientamenti competitivi". In: *Annali del Turismo*, Geoprogress Edizioni, v. 1, Novara, 2012a.

RANJAN, K. R. e READ, S. "Value co-creation: concept and measurement". *Journal of the Academy of Marketing Science*, v. 44, n. 3, pp. 290-315, 2016.

ROCCA, G. *Dal prototurismo al turismo globale. Momenti, percorsi di ricerca, casi di studio*. Torino, Giappichelli, 2013.

ROSSI, A. e GOETZ, M. *Creare offerte turistiche vincenti con tourist experience design*. Milano, Hoepli, 2011.

ROSSI, C. *Marketing collaborativo e online value co-creation. L'impresa e la sfida del consumatore produttivo*, ranco. Milano, Angeli, 2014.

RULLANI, E. *La fabbrica dell'immateriale*. Roma: Carocci, 2004.

SABEL, C. F. “Regionalismo sperimentale e i dilemmi della politica economica regionale in Europa”. In PERULLI, P. (a cura di). *Neoregionalismo. L’economia-arcipelago*. Torino: Bollati Boringhieri, pp. 70-110, 1998.

SOCIETÀ GEOGRAFICA ITALIANA. *Rapporto annuale 2012. I nuovi spazi dell’agricoltura italiana*. Roma, SGI, 2012.

SONMEZ, S. e SIRAKAYA, E. “A distorted destination image? The case of Turkey”. *Journal of Travel Research*, v. 41, n. 2, pp. 185-96, 2002.

TAGHIZADEH, S. K. et al. “Scale development and validation for DART model of value co-creation process on innovation strategy”. *Journal of Business&Industrial Marketing*, v. 31, n. 1, pp. 24-35, 2016.

TAMMA, M. *Destination Management: gestire prodotti e sistemi locali di offerta*. In: FRANCH, M. (a cura di). *Destination Management. Governare il turismo fra locale e globale*. Torino, Giappichelli, 2002.

THOMAS, R. e WOOD, E. “Innovation in tourism: re-conceptualising and measuring the absorptive capacity of the hotel sector”. *Tourism Management*, v. 45, pp. 39-48, 2014.

VALDANI, E. e ANCARANI, F. *Strategie di marketing del territorio*. Milano: Egea, 2000.

VARGO, S. L. e LUSH, R. F. “Evolving to a new dominant logic for marketing”. In: *Journal of marketing*, v. 68, n. 1, pp. 1-17, 2004.

VICARI, S. “Conoscenza e impresa”. *Sinergie*, n. 76, pp. 44-66, 2008.

Geopolitica e Turismo. Collegamenti e future piste di ricerca viste dall'Italia

Giuseppe Bettoni[1]

Le origini della geografia del Turismo in Italia

L'origine dell'interesse verso il turismo da parte dei geografi italiani trova il suo padre nobile in Toschi e nel suo modello di "circolazione turistica" del 1948. Quello è il punto d'inizio formale, nonostante alcuni lavori si cominciarono a intravedere sin dagli anni '20 e '30 (Ruata, 1924). Proprio in quegli anni, infatti, furono pubblicati in Germania, in Polonia e in Austria dei lavori di Geografia del Turismo che utilizzavano il metodo induttivo, che prevedeva di partire dal particolare per arrivare al generale, ma questi studi erano ancora lontani dalla concezione prospettica e volontaristica che riconosceva all'essere umano la capacità e la volontà di interagire con la natura.

Sarà, invece, negli anni '60 con la concezione funzionalistica, sviluppata decenni prima da Christaller, in riferimento ad altri servizi come il commercio e il trasporto, che si riprenderà la stessa affermazione della geografia nomotetica basata sul metodo deduttivo che stabiliva di partire dalle leggi per verificarle nella realtà. In quel periodo si passerà lentamente da una prospettiva territoriale a una spaziale, spingendo i geografi a uno studio dell'organizzazione umana che non includeva solo gli aspetti visibili del territorio, bensì anche tutto quello che vi era d'immateriale (idee e tecnologie prima di tutto).

Il turismo divenne nell'immediato secondo dopoguerra un argomento di studi molto importante per economisti e sociologi, mentre i geografi non se ne cureranno in maniera sistematica, a parte alcuni lavori di spicco. Più precisamente, uno dei primi lavori che porrà una luce diversa sull'approccio al turismo

[1] Università di Roma "Tor Vergata" Department of History, Humanities and Societ. E-mail: giuseppe.bettoni@uniroma2.it

è proprio un lavoro pubblicato sul Bollettino della Società Geografica Italiana da Merlini (Merlini, 1963). Egli afferma il ruolo attivo del Paesaggio come bene fondamentale per l'individuo, che fruisce e ne gode dando vita a un'associazione tra uomo e ambiente che non era del tutto evidente per quegli anni: "che è appunto il paesaggio di una regione turistica; in esso l'individuo non si limita a contemplare la bellezza dell'ambiente naturale, ma lo vive attraverso le sue opere, per questo sono necessarie le strutture ricettive». Sarà sempre Merlini uno dei primi a interessarsi al turismo quale fenomeno di massa (Merlini, 1963).

Insomma, sono anni in cui i geografi italiani s'interrogano sul turismo dedicandosi allo studio di problematiche abbastanza chiare per quei tempi:

- l'esame della domanda turistica,
- la ricerca di nuove localizzazioni ricettive,
- l'adattamento del fenomeno turistico alle diverse forme di paesaggio in cui esso si è inserito e, nel contempo, gli adattamenti del paesaggio al turismo.

Occorre precisare che in quegli anni non era ancora chiara la definizione di "turismo", e quindi l'oggetto stesso di studio si prestava a diverse interpretazioni. Senza inerpicarci in una ricerca storica del concetto partiamo invece da elementi più attuali che sono quelli dell'Agenzia delle Nazioni Unite sul Turismo con una propria definizione che definisce il turismo come segue:

> "Il turismo è inteso, come insieme di 'attività' delle persone che viaggiano, e si trovano in luoghi diversi dal proprio ambiente abituale, per un periodo complessivo non superiore a un anno consecutivo a scopo di svago, affari o per motivi diversi dall'esercizio di un'attività remunerata all'interno dell'ambiente visitato."

Vanno, quindi, aggiunte tante altre definizioni che variano, più o meno, ma che mantengono alcuni elementi caratterizzanti:

- lo spostamento dell'individuo dal luogo di residenza;
- la durata dello spostamento (almeno 24 ore ma allo stesso tempo non deve dar luogo a insediamento);
- il trasferimento di reddito non legato ad attività lucrative.

Dagli anni '60 in poi s'introduce una quarta variabile esplicativa del turismo: la Motivazione, che riguarda il bisogno che spinge il turista a viaggiare.

È a partire dagli anni <80 che la produttività letteraria dei geografi italiani aumenterà a dismisura facendo della Geografia del Turismo un vero e proprio argomento di ricerca e insegnamento. Numerosi sono i lavori generali che si lanciano anche in articolate classificazioni di luoghi turistici, come quello di Innocenti che resterà forse uno dei lavori di maggior successo in questo senso. La sua Geografia del Turismo verrà pubblicata nel 1990, e l>ultima versione è stata ripubblicata nel 2007 a conferma di una continua evoluzione della materia e del bisogno di un costante aggiornamento (Innocenti, 2007). Lo si cita in questa sede perché la sua classificazione è forse una delle più articolate (probabilmente anche troppo), ma che a parere di chi scrive si priva di un elemento essenziale che invece prenderà maggiormente in considerazione un altro geografo, questo francese: l>intenzionalità del turista (Equipe MIT, 2002).

Infatti, quello che troppo spesso ha considerato come essenziale la scuola di Geografia italiana è questo ruolo del luogo (e da qui la necessità di Innocenti di lanciarsi in una dettagliata classificazione delle tipologie dei luoghi).

Si trascura, invece, il ruolo dell'intenzionalità del turista e cioè la sua capacità di scegliere per motivazioni specifiche, di andare in un determinato luogo per fare turismo.

Queste motivazioni possono essere raggruppate in cinque grandi famiglie:

1. l'incontro;
2. l'occuparsi della propria persona;
3. contemplare i paesaggi e la natura;
4. verso l'estremo (il vuoto);
5. il più lontano possibile.

Una delle prime ragioni per le quali un turista va in un determinato luogo è l'*incontro*. Lo spazio turistico è storicamente un luogo di socializzazione. Fin dall'inizio del turismo l'aristocrazia si recava a Bath o a Brighton per incontrarsi più liberamente di quanto non si facesse a Londra e più informalmente ma comunque con delle precise codificazioni. Allo stesso modo la borghesia o l'aristocrazia meno nota ci si recava sperando di stabilir incontri che diventavano altrimenti impossibili nella capitale durante il periodo normale.

Oggi, seppur in modo diverso dal XVIII e XIX secolo, l'incontro resta uno dei motori principali del turista ad andare in un determinato luogo. Ci sono luoghi turistici che sono indubbiamente non affascinanti con una qualità naturale certamente normale se non banale, tale da poterla ritrovare in tantissimi altri luoghi. Ma, il turista privilegerà un determinato luogo a un altro perché avrà più opportunità di incontrare persone che gli interessano. Benidorm in Spagna è un luogo noto in tutto il mondo e pertanto è un luogo come migliaia d'altri nel Mediterraneo. Ma se milioni di turisti vi si recano ogni anno è proprio perché sanno che anche da soli riusciranno a conoscere il genere di persona che desiderano incontrare.

A questo proposito occorre ricordare che non tutti i turisti guardano un determinato luogo allo stesso modo. Per esempio il turista dello stesso Paese non cercherà in quel luogo la stessa cosa che vedrà e cercherà il turista proveniente da un altro Paese. Non è un caso se per esempio turisti nazionali frequentano luoghi diversi da quelli che sono invece frequentati da turisti stranieri, al punto che possiamo osservare delle tendenze al raggruppamento. In genere sulle coste del Mediterraneo le comunità nazionali hanno tendenza a frequentare maggiormente un determinato luogo anziché un altro. Per questo motivo i turisti tedeschi frequentano zone della Spagna diverse da quelle che sono invece frequentate da turisti britannici. Questo non vuol dire che avremo località in cui troveremo unicamente tedeschi e altre con unicamente britannici, ma semplicemente che ci sarà una densità maggiore degli uni rispetto agli altri. Così possiamo dire che non esistono fenomeni a esclusività, ma indubbiamente esiste una tendenza al raggruppamento. Come per esempio i turisti spagnoli pur essendo presenti sulla costa Mediterranea hanno indubbiamente tendenza ad andare maggiormente sulla costa Atlantica e questo sicuramente perché il Re di Spagna storicamente cominciò a frequentare la Costa Basca come logo turistico.

Ma l'elemento "incontro" non è basato solo sulla questione nazionale; moltissimi luoghi diventano punto d'incontro per gruppi che si caratterizzano per la professione, la fascia d'età, il sesso, ecc.

Occorre, però, far attenzione al non confondere l'incontro con totale apertura. Spesso il concetto d'incontro è sinonimo di chiusura. Molte categorie sociali amano incontrarsi ma precludendosi agli altri. Così se ci è possibile recarci a Cannes oppure in Costa Smeralda non vuol dire che avremo per questo

accesso a tutti quei luoghi dove si incontrano quelle categorie sociali che hanno reso famosi quegli stessi luoghi.

Un'altra ragione per la quale un turista sceglie un determinato luogo per le sue vacanze è anche per occuparsi di sé. Quello che a noi oggi sembra un'evidenza fino a qualche decennio fa non lo era affatto. Stendersi su una spiaggia, spogliandosi completamente o anche parzialmente, fare dello sport in pubblico, abbronzarsi, tutto questo fino a un secolo fa era impensabile. Eppure oggi si tratta di uno dei motori principali che spinge il turista, dopo aver attraversato continenti e mari, a fare una scelta precisa tra diversi luoghi a disposizione. In effetti fino a meno di un secolo fa l'idea stessa di qualcuno abbronzato risultava essere popolare nel senso che solo coloro i quali lavoravano all'aperto (braccianti agricoli e operai, comunque quelle che erano considerate le classi sociali meno abbienti) erano abbronzati ma non certo per scelta.

Lentamente i desideri si sono modificati. Ad esempio le divisioni delle spiagge tra uomini e donne, inizialmente, hanno sicuramente facilitato i turisti a spogliarsi. Tutto questo comincia lentamente con il desiderio/bisogno di occuparsi di sé, del proprio corpo quando questo è fragile o malato. I primi stabilimenti termali o le prime fonti d'acqua considerate terapeutiche nascono per un bisogno di curarsi, così come inizialmente si andava in questi luoghi, per curarsi, soggiornando non in un semplice albergo, ma in un vero e proprio sanatorio di lusso (Mann lo racconta benissimo ne "La Montagna incantata"). Solo in seguito il "curista"/turista decide di curarsi soggiornando o in una casa privata o in un vero e proprio albergo. È proprio da qui che nasce il bisogno di occuparsi del proprio corpo e quindi anche dei proprî mu scoli, della propria mobilità, fino ad arrivare a questo concetto oramai così diffuso di intrattenimento fisico all'aria aperta che per noi è cosa comune e normale ma che in realtà è frutto di decenni di evoluzione sociale. Nasce infatti tra le due guerre mondiali questa nuova relazione del corpo rispetto a "acqua", "aria", "clima". Così come bisognerà aspettare gli anni '50 per cominciare a vedere le persone distese sulle spiagge ad abbronzarsi oltre al fatto che ci si può abbronzare muovendosi. Ma tutto questo ha un'enorme importanza per capire come si creano determinati luoghi turistici e come ne scompaiono altri. Questo nuovo rapporto con il corpo e questa nuova volontà di "occuparsi di sé" obbliga i turisti a cercare dei luoghi più idonei. Quindi spiagge calde con mari caldi ed ecco che questo provoca lentamente l'abbandono del le coste dell'Atlantico (le prime a conoscere delle vere e proprie forme di turismo soprattutto d'inverno) a vanta-

ggio delle coste (e soprattutto in estate) mediterranee. Il turista modificando i suoi desideri e i suoi bisogni, modifica i propri obiettivi nonché il rapporto con determinati luoghi turistici.

L'altro aspetto che il turista cerca in un determinato luogo è il *poter contemplare*. Senza dettagliare sull'evoluzione del paesaggio in queste pagine, possiamo dire che per un turista guardare un paesaggio significa prima di tutto imparare a guardare, identificare ciò che è bello da ciò che non lo è e questo avviene non secondo una codificazione esatta ma attraverso delle codificazioni sociali del momento. In certi momenti il paesaggio da contemplare poteva essere solo naturale, mentre a un certo punto della propria storia la società ha imparato a contemplare paesaggi urbani che dieci anni prima sarebbero stati definiti come brutti. In effetti quello che rende un paesaggio interessante, bello da contemplare, non è solo la sua caratteristica naturale ma anche l'uso che il turista ne vuole fare. I luoghi sono apprezzati per la loro estetica ma anche per la pratica che se ne vuole fare: estetica e pratica si combinano. La distinzione in questo campo tra quello che è bello e ciò che non lo è la fa la nostra educazione sociale.

Un esempio lo abbiamo nelle stazioni invernali di sci. Negli anni '70 molte stazioni sciistiche non sono state realizzate nelle vallate più belle, ma in quelle più consone all'installazione di decine di migliaia di posti letto e che spesso sono decisamente molto meno belle di altre. Si tratta di luoghi che permettono una pratica turistica precisa, d'oggi. Essi corrispondono alle condizioni precise che si ricercano in quel momento, ciò che è determinante è di non invertire il legame di causalità: è la società che elegge i luoghi e non questi che attirano la società.

Possiamo sintetizzare quindi quanto fin qui scritto dicendo che la risorsa turistica non "è" in quanto tale, ma essa è "creata" e se vogliamo "creare" un luogo turistico occorre controllare due elementi essenziali "i luoghi" e "gli attori".

Incontrare, occuparsi di sé e *contemplare*, sono tre fattori essenziali per comprendere il sorgere di una determinata pratica del turismo e quindi per poter provvedere alla creazione di luoghi utili per quella determinata pratica. Questi fattori contribuiscono alla comprensione della localizzazione ma non ci dicono ancora tutto quello che serve per produrli. Questi tre fattori da soli non ci possono dire tutto sui luoghi turistici; è necessario capire anche la dimensione da "esploratore" che il turista spesso ama provare. Questo anche quando è consapevole di arrivare in un determinato luogo dopo milioni di altre persone.

Un altro fattore importante in questo senso è il voler andare "verso l'estremo" (il vuoto). Fin dall'inizio il turista si è spinto verso punti limite: il mare, inizialmente, le montagne in seguito. Rappresentano dei "bordi", dei limiti estremi dove fermare il proprio percorso. Anche se si è in milioni ad essere su di una spiaggia, in realtà essa rappresenta un limite invalicabile per il turista stesso. È proprio quello che molto spesso quello che il turista ricerca nella propria pratica turistica: aver raggiunto il limite percorribile.

Chiaramente seguito di questo fattore è il voler andare sempre più lontano, verso quelle zone inabitate possibilmente protette. Oggi il turista ha questa volontà di fare il vuoto tra il luogo frequentato abitualmente e il luogo in cui vuole andare per praticare il proprio "turismo". È proprio questo mito della frontiera che spesso i turisti cercano, nell'andare verso una frontiera che è ovviamente mobile a causa del suo continuo cambiamento (i luoghi cambiano). Spingendosi fino negli angoli più remoti del pianeta, *il turista ha oramai fatto del Mondo il proprio territorio.*

Questa visione che la scuola francese ha sicuramente elaborato in modo sensibile, meglio si adatta da un punto di vista funzionale a quello che è il lavoro oggi di chi organizza il territorio con un obiettivo di sviluppo turistico. Costruire un prodotto turistico partendo dall'intenzionalità del turista e quindi dalle sue motivazioni, permette una maggiore efficacia in materia di attrattiva, non partendo solo dal potenziale del territorio ma ragionando anche in termini di "attrazione" direttamente sul segmento di mercato che ci interessa. Non è un caso se un altro grande geografo francese ha avuto un apporto molto importante andando nella stessa direzione appena descritta. Si tratta di Lozato-Giotart che non ha mancato di sottolineare il ruolo del "sogno" che viene a innescarsi nel turista che si prepara al viaggio e quindi la costruzione del prodotto turistico rispetto alla soddisfazione di quello stesso sogno (Lozato-Giotart, 2003).

La scuola italiana ha per parte sua quasi sempre preferito concentrarsi sulle tipologie dei luoghi e sul lavoro che si dovrebbe condurre su questo aspetto.

Anche il ruolo degli attori è spesso non considerato o quanto meno viene esaminato solo nel suo aspetto più tecnico, funzionale alla realizzazione del prodotto, almeno in un primo periodo.

In ogni caso sono oramai numerosi i geografi italiani specialisti di politiche di sviluppo a occuparsi di turismo e in maniera diretta, per esempio, lo fa Fiorella Dallari. I suoi diversi lavori ci hanno portato a riflettere sia sulle questioni di sostenibilità (Dallari, 2007) (altro settore che comincia a concentrarsi

anche sull'aspetto sociale e che interessa da vicino gli specialisti di geopolitica interna) ma anche su precisamente collegati allo sviluppo (Dallari, 2007). Alcuni vedono in questa "età del turismo" un motivo di concentrazione sulla tipologia del turista, vista la grande diversità presente sul mercato, per spostare l'oggetto di studio (Gavinelli e Zanolin, 2019).

Il ruolo degli attori però, resta ancora di scarsa considerazione o, altrimenti, è considerato in modo solo strumentale, legato alle politiche che questi possono (o non possono) mettere in atto. Un lavoro che rivede e compara le politiche pubbliche italiane di turismo è senza dubbio quello di Pollice che ci mostra tutti i limiti del sistema italiano se comparato a quello di altri Paesi come Spagna o Francia. In particolare sottolinea l'incapacità dell'Italia a dotarsi di strumenti coerenti tra loro nei vari livelli istituzionali (Pollice, 2002). Insomma possiamo dire che si è confusa la sussidiarietà con un liberalismo selvaggio che abbandona ai vari enti locali l'autonomia di progettare e realizzare il proprio progetto turistico. Nello stesso lavoro Pollice dimostra la fragilità di questo metodo che mancando di una visione e azione nazionali non fornisce gli strumenti adeguati per competere sul mercato mondiale del turismo obbligando l'Italia al declino che da diversi decenni oramai sta vivendo. La fragilità del sistema Italia è anche legato al ruolo fondamentale delegato alla scala Locale con la riforma Costituzionale del 2001. Su questo a fondo si sofferma il lavoro di Marina Faccioli dove, proprio nell'angolo di osservazione tipicamente italiano, si compie un'analisi del ruolo del locale come scala di progettualità con una capacità attrattiva tutta da riprogrammare in linea con l'acquisizione della competitività e del senso del "Locale" in oggetto (Faccioli, 2015).

Turismo e territorio: una questione di geopolitica

Per quanto scritto sopra si capisce come il turismo e la geopolitica siano intimamente legati. Questa relazione tra Geopolitica e Turismo era intesa come facente riferimento solo alla Geopolitica locale, fino a qualche decennio fa. Ma la letteratura sia di Turismo che di Geopolitica la considera anche come ampiamente collegata alla geopolitica esterna.

Prima di tutto esaminiamo il collegamento tra Turismo e Geopolitica locale partendo dal ruolo antagonistico che i vari attori hanno nel definire le politiche da attuare su di un determinato territorio.

Ricordiamo quanto il "turismo" sia prima di tutto una questione legata all'organizzazione del territorio. Abbiamo già precisato in un precedente lavoro (Bettoni, 2018) come la definizione di "pianificazione territoriale" sia riduttiva e soprattutto imprecisa, soprattutto se si cerca di tradurre dal francese la definizione di *aménagement du territoire*. Partendo da questo ricordiamo quanto l'organizzazione territoriale debba essere considerata un tipo di "pratica" (Merlin, 2000) priva di quegli interessi e di visioni conflittuali, che invece sono essenziali nella definizione data da Lacoste (Lacoste, 2003).

Non solo l'organizzazione del territorio è basata sull'antagonismo tra i vari attori che lo gestiscono, spesso sovrapponendosi gli uni agli altri, ma non è assolutamente vero che essi cercheranno un punto di equilibrio naturale che sarebbe rappresentato dalla massima utilità per tutti. Questa visione che può ricordare diverse teorie economiche legate alla "decisione" non trova fondamento e i casi in Italia di conflittualità tra attori che hanno condotto a scelte dissennate (a assoluto svantaggio di molti), sono numerosissimi. Che esista una "geopolitica dell'organizzazione del territorio" è oramai cosa evidente dato che la conflittualità tra attori territoriali è diventata moneta corrente. In particolare in materia di competitività tra i territori. Un esempio ci è dato dalla concorrenza tra territori per l'attrazione di investimenti diretti esteri. È proprio attraverso l'organizzazione che si rende un dato territorio più attrattivo rispetto ad un altro. È proprio attraverso delle azioni messe in atto dai diversi attori territoriali che si migliora la competitività di un territorio; questo per far sì che un determinato investitore estero possa raggiungere l'obiettivo di una maggiore redditività del proprio capitale investito (Subra, 2016).

Questa competitività non fa altro che dare vita a una concorrenza tra territori ma anche mette in luce la conflittualità tra gli attori locali per determinare "quale" tipo di sviluppo cercare per un territorio.

Il turismo in questo non fa eccezione, con l'aggravante che si tratta di un settore dall'alto impatto sociale per gli abitanti. Numerosi sono i lavori che ci spiegano l'impatto del turismo sulle popolazioni locali, le trasformazioni dei territori per poter diventare "offerta turistica" (Bagnoli, 2018). Pochi sono quelli che ci spiegano come il turismo venga utilizzato come "clava" per colpire un determinato territorio e modificarlo a vantaggio di un certo attore. Tra questi elementi che influenzano un territorio per poterne fare un "prodotto turistico" quello dell'identità è forse uno dei più importanti. Tema caro a tutti i geografi specialisti di geografia umana e politica, l'identità è oggi utilizzata

copiosamente per la realizzazione di prodotti turistici, fin ad arrivare a delle vere e proprie artificiosità.

Basandosi sul desiderio del turista di concretizzare il sogno di cui parliamo in Geografia del Turismo, facendolo immergere in un contesto diverso da quello di origine, gli attori territoriali "costruiscono" un determinato prodotto, in grado di soddisfare le aspettative che i mezzi di comunicazione di massa hanno suscitato nel turista, sino ad arrivare all'artificio identitario. In molti casi infatti si sono "ricostruite" tradizioni e identità nel migliore dei casi scomparse, in taluni mai esistite. È il caso della produzione di biancheria da tavola nei Paesi Baschi francesi e completamente assente nei Paesi Baschi spagnoli. Operatori del settore di quest'ultimi infatti negano l'esistenza di questa tradizione e affermano che si tratti solo di una trovata dei francesi per altri prodotti con il marchio "Paesi Baschi".

È anche il caso del Salento che resuscita una lingua oramai da tutti abbandonata e che resta studiata solo in alcune delle scuole locali ma comunque mai usata come veicolo di comunicazione tra persone (sia giovani che anziani): il Grico. Questa lingua viene rappresentata come elemento essenziale della caratteristica turistica salentina, insieme alla «pizzica» che sarebbe la variante locale della tarantella e che si suona e si canta in tutto il Meridione d›Italia. Attraverso la musica e la cultura si costruisce un'identità territoriale che è comunque abbastanza marcata. Quello che è interessante è la differenza tra questa costruzione identitaria e la delimitazione del territorio che ne sarebbe caratterizzato.

Restiamo ancora sul caso del Grico: la sua diffusione è fatta risalire all'appartenenza di questo territorio a quella che era chiamata Magna Grecia. Osserviamo però che per i Salentini l'ambito territoriale esclude zone che pure della Magna Grecia facevano parte a cominciare dalla sua capitale: Taranto. Allo stesso modo, la famosa "notte dei coltelli" che si tiene ogni estate a Melpignano in una suggestiva quanto emozionante cornice culturale e architettonica, in realtà si tratta di un rituale scomparso e che è stato "recuperato" alla metà degli anni '90, ovviamente ben adattato ai nostri giorni. Ovviamente la sensazione provocata nel turista è quella della "antica tradizione".

Possiamo dire che in questo caso, ma non solo, l'identità serve a caratterizzare e porre sul mercato, un prodotto turistico molto bene identificabile e che tra l'altro trova anche un certo successo e soprattutto si collega a una creazione che non considera solo lingua o eventi specifici. L'elemento patrimoniale

è probabilmente uno dei punti più importanti della costruzione identitaria e qui il termine patrimonio è inteso nella sua accezione più estesa. La "manipolazione" del patrimonio per la costruzione di un prodotto turistico è cosa conflittuale e complessa, particolarmente in casi di governance spesso incoerenti e difficili, quali quello dell'Italia (Faccioli, 2019). In questo il collegamento tra Turismo e Geopolitica è oramai evidente: in materia di organizzazione territoriale ma non solo.

Sopra abbiamo accennato alla costruzione identitaria in strategie di Turismo e sulla costruzione della identità, sulla sua rappresentazione attraverso i media, la geopolitica ha contribuito enormemente. Già Lacoste lo fa quando fornisce la sua definizione affermando che è geopolitica quella situazione in cui due o più attori si contendono un determinato territorio. In questo contendere, le popolazioni che abitano il territorio conteso, o che sono rappresentaste dagli attori che se lo contendono, devono essere coinvolte nella contesa, attraverso l'uso degli strumenti di comunicazione di massa. Ogni attore cerca la legittimità della popolazione costruendo delle rappresentazioni che possano legittimare la propria strategia, che legittimino il fatto che sia un attore anziché un altro, a decidere il divenire di quel territorio. Queste rappresentazioni (Lacoste, 1993) "costruiscono" lo spazio esattamente come inteso da Dalby quando parla della rappresentazione del mondo, di come è cartografato, conosciuto, scritto (Dalby, 2014).

Il turismo è, alla luce delle motivazioni del turista enunciate qui sopra e in particolare la terza, la "contemplazione del Paesaggio e della natura", un strumento fondamentale per l'attore politico. Infatti è nella costruzione del Paesaggio che ritroviamo una retorica del "potere" per offrire la rappresentazione voluta per quel dato territorio. Spesso, come è stato fatto notare, costruendo storie e drammi che sono ricorrenti tra diversi luoghi turistici (Ó Tuathail e Agnew, 1992).

La Geopolitica occupandosi di territori e di attori estremamente diversi tra loro, dove l'azione della "costruzione del territorio" viene condotta in modo molto diverso, viene da alcuni (Mostafanezhad & Norum, 2016) ripartita in temi diversi:1) geopolitica popolare, 2) geopolitica trasposta (o incarnata), 3) Geopolitica ambientale, 4) Immaginari geopolitici. Appare in quel lavoro evidente il ruolo giocato dal "discorso popolare" nella costruzione del "luogo" come destinazione turistica. La geopolitica trasposta ci porta a una riflessione sul ruolo del turista che oramai è considerato un attore tra altri nella costruzio-

ne del luogo turistico, della destinazione turistica. Lo costruisce con le proprie emozioni, affetti, posture e quindi messaggi che trasmetterà di quel determinato luogo turistico: in questo diventa attore che costruisce la destinazione (Ditmer, 2013). Allo stesso modo, sempre Mostafanezhad e Norum (Mostafanezhad e Norum, 2016) mostrano in che modo la geopolitica dell'Ambiente e l'immaginario geopolitico, giochino un ruolo fondamentale nella costruzione del luogo turistico o, comunque, debbano essere considerati nello studio del Turismo. Ci limitiamo semplicemente a sottolineare, in questa sede, quanto nell'Antropocene oramai la questione ambientale sia non solo direttamente collegata al turismo per il suo profondo impatto, ma soprattutto, sotto l'angolo più strettamente geopolitico, sia elemento di crisi e antagonismo in ogni parte del mondo.

In conclusione pensiamo di aver mettere in luce la stretta relazione tra Turismo e geopolitica. Prima di tutto in Geopolitica Locale quando attori territoriali vogliono garantirsi il controllo di un determinato territorio. Ma anche in Geopolitica Esterna dove il Turismo diventa "rappresentazione politica internazionale" come nei grandi eventi planetari o semplicemente nella costruzione identitari di un Paese e quindi nella sua rappresentazione nel resto del mondo. MA non va sottovalutato l'aspetto ambientale che fa del turismo un settore a rischio per l'impatto profondo che ha in questo settore.

Il turismo è e sarà ancora per diverso tempo un settore di sviluppo che susciterà grande dibattito e numerose ricerche proprio per questo suo elevato impatto sui territori e sulle popolazioni che vi vivono.

Referencias

BAGNOLI, L. *Manuale di Geografia del Turismo. Dal Gran Tour al Piano strategico.* Milano: UTET, 2018.

BETTONI, G. *Geografia e geopolitica interna. Dall'organizzazione territoriale alla sindrome di Nimby.* Milano: Franco Angeli, 2018.

DALBY, S. Environmental Geopolitics in the Twenty First Century. *Alternatives: Global, Local, Political* , v. 39, n. 1, pp. 3-16, 2014.

DALLARI, F. Distrelli turistici tra sviluppo locale e cooperazione interregionale. In: *Geografia del Turismo.* Milano: McGraw-Hill, pp. 195-215, 2007.

______. Turismo tra sostenibilità ed etica. In: *Geografia, società, politica. La ricerca in geografia come impegno sociale.* Milano: Franco Angeli, 2007.

DITMER, J. Geopolitical Assemblages and complexity. *Progress in human Geography,* 2 settembre, Volume 9, pp. 1-17, 2013.

EQUIPE MIT. *Tourisme 1, lieux communs.* Parigi: Belin, 2002.

FACCIOLI, M. Indizi di Filiera. Fra spazio condivisoe progetto turistico. In: *Quali filiere per un progetto metropolitano? Slow tourism, spazi comuni, città.* Milano: Franco Angeli, 2015.

FACCIOLI, M. *Processi territoriali, urbanizzazioni e nuovi turismi.* Roma: Universitalia, 2019.

GAVINELLI, D. e ZANOLIN, G. *Geografia del Turismo contemporaneo. Pratiche, narrazioni e luoghi.* Roma: Carocci Editore, 2019.

INNOCENTI, P. *Geografia del Turismo.* Roma: Carocci, 2007.

LACOSTE, Y. *Dictionnaire de Géopolitique.* Parigi: Flammarion, 1993.

______. *De la Géopolitique aux Paysages, dictionnaire de la Géographie.* Parigi: Armand Colin, 2003.

LOZATO-GIOTART, J.-P. *Géographie du Tourisme: de l'espace consommé à l'espace maitrisé.* Parigi: Pearson Education, 2003.

MERLINI, G. "Il turismo come mezzo di lievitazione economico-sociale". *Realtà Nuova, 1963.*

MERLINI, G. "Problemi Geografici del Turismo in Italia". *Bollettino della Società Geografica Italiana*", v. IX, pp. 1-30, 1963.

MERLIN, P. "Aménagement du territoire". In *Dictionnaire de l'Urbanisme et de l'aménagement.* Parigi: PUF, pp. 38-43, 2000.

MOSTAFANEZHAD, M. & NORUM, R. "Towards a geopolitics of tourism". *Annals of Tourism Research,* Novembre, Volume 61, pp. 226-228, 2016.

Ó TUATHAIL, G. e AGNEW, J. "Geopolitics and discourse: Practical geopolitical reasoning in American foreign policy". *Political Geography,* marzo, v. 11, n. 2, pp. 190-204, 1992.

POLLICE, F. *Territori del turismo. Una lettura geografica delle politiche del turismo.* Milano: Franco Angeli, 2002.

RUATA, G. I Bagni di fieno. *Le vie d'Italia,* pp. 381-385, 1924.

SUBRA, P. *Géopolitique Locale.* Parigi: Armand Colin, 2016.

A produção de guias de viagem por intelectuais brasileiros: um ensaio

Amanda Danelli Costa[1]

Introdução: à guisa de uma apresentação do tema

O presente ensaio tem como tema principal a produção de guias de viagem por intelectuais brasileiros na primeira metade do século XX, em específico os quatro guias a seguir: *Guide des Etats-Unis du Brésil* (1904), de Olavo Bilac; *Guia Prático, Histórico e Sentimental da cidade do Recife* (1934), de Gilberto Freyre; *Guia de Ouro Preto* (1938), de Manuel Bandeira; e *Bahia de Todos os Santos – guia de ruas e mistérios* (1945), de Jorge Amado. As conjecturas mais amplas deste estudo são: de que os literatos mensionados encontraram, no gênero literário do guia, tanto uma condição panorâmica quanto uma vocação para elaborar subjetividades, que os permitia acercar-se sobre questões e cidades que já os inquietavam, tocando-as nas suas superfícies e simultaneamente mergulhando em seu espírito, por intermédio de uma obra que tivesse largo alcance, uma vez que se destinava aos visitantes, mas não se limitava a eles; e, ainda, de que, ao produzirem suas obras a partir das cidades, dedicando sua atenção às cidades e à cultura, eles contribuíram ao mesmo tempo para uma elaboração do moderno e dos processos de modernização enquanto a modernidade expressa nessas cidades e na cultura também os afetava. Produzidos em diferentes momentos e debruçando-se sobre diferentes lugares, objetivamos sinalizar os possíveis cruzamentos entre tais publicações a fim de, comparativamente, sugerir aproximações e distanciamentos no tocante às motivações e incentivos para que tais produções se realizassem, analisar as diferentes perspectivas mobilizadas para apresentarem as cidades aos seus leitores, bem como avaliar possíveis relações entre essas obras, seus autores, o mercado editorial e a realização da atividade turística nesses distintos contextos. Muito embora a confluência de

---

[1] Professora Doutora do Departamento de Turismo IGEOG/UERJ. E-mail: amandadanelli@hotmail.com.

publicações dessa espécie por intelectuais de renome no Brasil chame a atenção, observou-se que há escassa produção acadêmica sobre o tema e nenhuma que se tenha proposto a realizar essa investigação sob uma mirada comparativa, o que neste ensaio ganhará contornos incipientes.

Vale considerar ainda que o presente exercício textual tem interesse em contribuir para uma aproximação entre as investigações nos campos da História e do Turismo, em recente expansão, e aprofundar as interlocuções com as questões levantadas pela História Intelectual na América do Sul, em especial no que se refere às representações urbanas e às conexões entre cultura, cidades e literatos. Com isso, nossos esforços se inserem entre as investigações que vêm contribuindo para que as imagens turísticas de cidades brasileiras sejam postas em perspectiva histórica, observando-se a atuação dos mais distintos agentes para a formação, transformação e fixação delas.

Percurso teórico e metodológico: diálogos em curso

Desde 2013, perguntamo-nos sobre como a atual imagem turística da cidade do Rio de Janeiro – vinculada especialmente às paisagens monumentais e à beleza natural – teria se construído e, ainda, se essa imagem teria concorrido com outras imagens turísticas da cidade. Passamos, então, ao acervo da Biblioteca Nacional em busca de fontes que pudessem evocar as antigas representações associadas à cidade, encontrando nos guias e mapas de viagem tal característica documental. Mas não apenas: as crônicas e as notícias dos periódicos também nos ofereciam uma polifonia de interpretações sobre como a cidade era observada, experimentada e usufruída. Pouco a pouco, compreendemos que a cidade – além de tema de interesse dos literatos das primeiras décadas do século XX – era, para eles, o *locus* privilegiado para viver a experiência da modernidade, de modo que era a partir dessa dupla referência (cidade/modernidade) que eles se constituíam subjetivamente e refletiam sobre a modernidade na cidade. Assim, verificamos que, embora o guia operasse como um manual sem necessariamente fazer daquele suporte literário o lugar da produção de uma reflexão autêntica sobre a cidade, era no guia em que se reproduziam as representações sobre a cidade que os cronistas elaboravam nos jornais, revistas e conferências. O uso do guia como fonte para a produção de uma história cultural do turismo ou ainda uma história intelectual das representações sobre a cidade-capital estava, desde então, estreitamente orientada pela perspectiva apresentada a seguir:

> Propongo identificar, entonces, el espacio de articulación entre cultura urbana e historia cultural como el universo de representaciones que no solo tiene como tema la ciudad, sino que produce la ciudad, en el doble sentido: que es producido por la ciudad, y que la produce. El estudio cultural de la ciudad podría definirse, en esta dirección, como un estudio atento al modo en que la ciudad y sus representaciones se producen mutuamente (Gorelik, 1999, p. 210).

Naquele mesmo ano, travamos contato com o livro *A invenção de Copacabana*, de Julia O'Donnell, no qual verificamos a exposição de evidências de que a invenção do bairro de Copacabana como um balneário estaria atrelada, entre outras coisas, à figura de Théo Filho e suas crônicas, que ensinavam aos moradores dos bairros atlânticos sobre os novos usos, hábitos, moda relacionados à praia como ambiente burguês de lazer e vida saudável. Já em 2015, conhecemos o livro *Promenades do Rio*, de Isabella Perrotta, que fez um amplo levantamento dos guias de viagem sobre o Rio publicados entre 1873 e 1939 – vale saber que alguns dos guias que compõem o acervo da Biblioteca Nacional, sobre o qual nos debruçamos, não foram elencados como objeto de investigação no livro acima citado. Por meio da extensa lista de guias, tomamos conhecimento do *Guide des Etats Unis du Brèsil*, de Olavo Bilac. Esses dois encontros – Théo Filho e Olavo Bilac – nos ajudaram a perceber que estávamos perseguindo uma importante pista na análise dos guias, associando-a à circulação dos intelectuais nas diversas redes de sociabilidades – salões, livrarias, editoras, periódicos – e à simultânea experiência de viver e produzir sobre a moderna cultura urbana carioca.

É assim que percebo este ensaio como um pontapé para futuras investigações ligadas à História Intelectual e Cultural simultaneamente entrecruzado a uma perspectiva de interesse e interpretação que parte da cidade, portanto da cultura e dos problemas urbanos. Quanto há de cidade real e cidade ideal nessas páginas dos guias de viagens escritos por Bilac, Bandeira, Freyre e Amado? À exceção de Bandeira, que nem é mineiro nem se estabeleceu em Ouro Preto, todos os outros autores escreveram seus guias a partir de suas experiências urbanas precisamente nas cidades (para eles, misto de sujeito e objeto), experiências essas que não são apenas materiais, relativas à vida objetiva, mas que derivam de uma reflexão constante sobre o lugar que contribuiu para que eles se tornassem o que eram, chegando às questões que chegaram; lugares esses que eles ajudaram a transformar, quando não na sua carne – embora isso fosse possível – seguramente pela letra.

Para esses intelectuais, a cidade é necessariamente vista como uma arena que coloca em questão a tensão entre vontade projetiva e existência real, como sugeriu José Luis Romero. Mais do que isso, seguindo a premissa que marcou as contribuições historiográficas de Angel Rama, em *A cidade das letras*: não existiriam intelectuais se não existissem cidades. A apropriação desses autores por Adrián Gorelik nos demonstra como a cidade apresenta simultaneamente qualidades históricas e sociológicas, na medida em que é nela que se constrói um mercado editorial, um público leitor letrado e, portanto, um consequente impulso à profissionalização da intelectualidade.

> En América, la modernidad fue un camino para llegar a la modernización, no su consecuencia; la modernidad se impuso como parte de uma política deliberada para conducir a la modernización, y en esa política la ciudad fue el objeto privilegiado. (Gorelik, 2003, p. 13)

Reconhecer o percurso que aproxima turismo, variadas políticas de estado em diferentes contextos e práticas do mercado editorial por meio dos guias nos coloca em contato, por um lado, com os distintos discursos sobre a nação brasileira nessas primeiras décadas do século XX e, por outro lado, com as variadas contribuições que o modernismo brasileiro deu para a construção retrospectiva (tradição) e prospectiva (futuro) dos próprios discursos acerca da nação, o que, no limite, nos aproxima da hipótese de que, no Brasil, o Estado, num determinado momento, teria atuado como figura de vanguarda (Gorelik, 2005).

Guias de viagem e intelectuais brasileiros: aproximações iniciais

Os guias de viagem, tal como os conhecemos hoje, começaram a ser produzidos no século XIX em resposta às mudanças que a atividade turística via se desenvolver ao longo daquele século, especialmente em decorrência dos avanços técnicos, que não apenas encurtaram o tempo das viagens e aumentaram o conforto durante os deslocamentos, mas que também interferiram nas formas de registro dessas viagens com o surgimento da fotografia, por exemplo. Se antes os guias se aproximavam frequentemente dos relatos de viagem, a partir do século XIX eles se diferenciaram daquele estilo de registro, aproximando-se cada vez mais da brevidade e velocidade das crônicas, implicando numa escrita mais objetiva, prática e utilitária. Visto dessa perspectiva, os guias se transformaram

em um gênero panorâmico, que visava especialmente informar superficialmente sobre as cidades, conduzindo o leitor-viajante em segurança, sem estimular mergulhos nas tensões e paradoxos dos espíritos das cidades. Foi particularmente esse traço que conferiu ao guia o lugar de um gênero literário menor. Contudo, os guias continuaram convivendo com os relatos de viagem – que, além de descrições, muitas vezes ofereciam interpretações que ora revelavam e ora inventavam as cidades – e, ao passo que muitos guias se diferenciaram dos relatos, como já foi dito, outros se aproximaram daquele estilo.

Nos guias sobre os quais nos debruçaremos, é possível observar essa distinção: enquanto o guia de Olavo Bilac, publicado em 1904, resulta das relações entre as experiências de aceleração do tempo e velocidade/objetividade do registro, os demais guias publicados nos anos 1930 e 1940 dialogam com uma outra experiência da modernidade, que, ao ensejar reflexões sobre os seus limites, propicia aos intelectuais latino-americanos o íntimo contato com uma demanda epistemológica, cultural e política de construir as alternativas de futuro enquanto reelaboravam o passado.

Se os guias são férteis em construir imagens das cidades, tomadas ali necessariamente como destinos turísticos, seus autores são os pintores, arquitetos, cartógrafos que, a partir das suas experiências urbanas em suas cidades reais, elaboram a imagem da cidade ideal a ser visitada. De modo que é necessariamente a partir da dupla relação – intrínseca, se assim podemos dizer – de afetos e interpretações entre os intelectuais e a cidade, que eles a reinventam por meio de seus guias. A experiência na cidade, materialmente no decurso do passeio pelas suas ruas, é capaz de afetar e forjar constantes reelaborações das subjetividades, que por sua vez implicam em renovadas formas de experimentar e interpretar a própria cidade. Essas reelaborações de si e do espaço urbano estão estreitamente vinculadas com as experiências de deslocamento – objetivo e subjetivo – das viagens e dos viajantes. Os guias, portanto, intermediam essa relação que, a depender dos personagens envolvidos, pode se estabelecer tanto a partir do convite às superfícies como do estímulo aos mergulhos no espírito das cidades. Porque reconheciam em si próprios os efeitos desse deslocamento objetivo e subjetivo, os intelectuais responsáveis pela escrita desses guias, motivados por distintas questões, de diferentes formas, ultrapassaram o caráter prático e utilitário dos guias.

Ao passo que as transformações urbanas podem impactar na atividade turística que se realiza naquele local, também as mudanças no modo de se fazer

turismo podem afetar o corpo e o espírito das cidades, além da forma como elas são organizadas e apresentadas. Nesse sentido, as transformações técnicas observadas ao longo do século XIX – especialmente nos transportes e nas comunicações – implicaram em uma nova forma de organização do turismo, contribuindo para a expansão da atividade com as viagens em grupo. Thomas Cook, um dos precursores dessa nova fase da atividade turística, foi então responsável pela popularização desse tipo de lazer, barateando os custos das viagens para o consumidor por meio da venda casada de trem e hotel – os primeiros pacotes de viagem –, assegurando a ocupação dos assentos e leitos das empresas de transporte e hospedagem. Com o avanço dos negócios, Cook estruturou a primeira agência de viagens, usando a publicidade para atrair seu público com o uso revistas e guias. Outros guias fizeram fama ao longo do século XIX, como o alemão Baedecker, comercializado até os dias de hoje.

Alguns historiadores localizam o início da atividade turística propriamente dita no Brasil justamente com a chegada ao Rio de Janeiro de um grupo de turistas organizados pela agência Cook & Son, em 1908, feito noticiado em periódicos de grande circulação na época. A publicação de guias de viagem sobre a cidade-capital em fins do século XIX e nos primeiros anos do XX, entretanto, sugere que turistas – interessados em negócios ou lazer – já aportavam ali anos antes. Desde os primeiros anos republicanos, a imagem das cidades brasileiras que se apresentava ao estrangeiro, especialmente da então cidade-capital, figurou como tema relevante, tornando-se uma questão central para o presidente Rodrigues Alves (1902-06), que não poupou esforços em afastar o caráter de cidade-corte-colonial do Rio de Janeiro, a fim de que a sua atualização estética contribuísse para validar a participação do país no concerto das nações modernas. Sua preocupação política e econômica com o progresso material da capital, e por conseguinte do país, resultou na execução das reformas realizadas em parceria entre o executivo nacional e a prefeitura da cidade-capital, visando, em primeiro lugar, tornar o porto do Rio de Janeiro suficientemente seguro e bem articulado com as diferentes regiões da cidade, com o intuito de possibilitar a expansão dos negócios entre os locais e os estrangeiros dependentes da atividade portuária. Os investimentos na ampliação das trocas comerciais resultavam consequentemente em melhores condições, ao menos quanto à infraestrutura, para a chegada de negociantes e turistas. Assim, como já foi dito antes, as transformações do espaço urbano implicavam mudanças na atividade turística ali realizada. No entanto, sabemos que esses esforços tinham apenas como efeito secundário o turismo, uma vez que eram motivados por outros

interesses. Nas primeiras décadas do século XX, se desconhece o planejamento mais complexo e integrado de políticas de estado destinadas ao turismo, de modo que a organização da atividade esteve fortemente vinculada às visões e ações do setor privado diretamente envolvido com esse campo.

A exposição internacional de 1922, comemorativa do centenário da independência, teve um papel relevante no modo como se passou a observar o tema do turismo no país, uma vez que a presença de visitantes brasileiros e estrangeiros, ao longo de um ano, contribuiu para a divulgação e fixação de uma imagem moderna da nação, bem como para a captação de divisas. Terminada a exposição, em alguns meses criou-se a Sociedade Brasileira de Turismo, associação privada e sem fins lucrativos, que visava protagonizar a organização da atividade no país, estimulando a realização de excursões internas, que deveriam "revelar o Brasil para os brasileiros", defesa que se fazia presente nas publicações de divulgação turística que eles editavam, como a Revista Brasileira de Turismo, publicada pela primeira vez em 1924 (Guimarães, 2013, p. 180). Além de estimular e promover ações de melhorias nas condições das estradas e da sinalização turística pelo país, a Sociedade Brasileira de Turismo representava o país no exterior em assuntos que envolviam essa área e reivindicava a normatização do setor pelo poder público. Em 1926, a sociedade se associou ao Touring Club, com sede na França, assumindo, a partir daí, o nome Touring Club Brasil.

> Essa preponderância do Touring brasileiro nos assuntos turísticos que envolviam o Estado devia-se à falta de um órgão público específico para cuidar do turismo, o que só seria remediado a partir de 1934, com a criação do Departamento Geral de Turismo, ligado à Prefeitura do Distrito Federal, e melhor estruturado em 1937, com a estratégica inclusão de uma Divisão de Turismo numa das principais agências do Estado Novo, o Departamento de Imprensa e Propaganda. Ressalta-se ainda que, à frente desses dois departamentos que incluíram a promoção do turismo entre as suas principais incumbências, esteve Lourival Fontes, uma das figuras centrais da montagem do regime estadonovista. Isso nos permite falar numa visão estratégica do chefe do DIP acerca do turismo como um dos elementos primordiais na veiculação da propaganda da nação, dentro e fora do país (Guimarães, 2013, p. 180).

Outros elementos concorrentes nesse contexto dos anos 1920, 1930 e 1940 contribuíram para mudanças na atividade turística: em primeiro lugar

as experiências das guerras mundiais dificultaram a circulação de turistas pelo mundo, impulsionando a atenção ao turismo interno, inclusive no Brasil; em segundo lugar, o ano de 1934 foi importante não apenas pela criação do Departamento Geral de Turismo, mas porque nacionalmente foi o momento de garantia legal de direitos trabalhistas, como as férias remuneradas, implicando o aumento do tempo livre e do grupo de possíveis consumidores das viagens como um tempo de lazer. Assim, as políticas de estado nos anos Vargas contribuíram triplamente para a ampliação, organização e divulgação da atividade turística no país. Nos termos do decreto de criação do DIP, a Divisão de Turismo tinha a função de superintender, organizar e fiscalizar os serviços de turismo interno e externo. Dessa forma, o departamento realizou esforços para aprimorar a estrutura turística do país, tendo atuado inclusive na mediação entre os governos dos estados e o Instituto dos Comerciários para a concessão de empréstimos destinados a construção de hotéis em diversas cidades. Entre as principais atribuições da Divisão de turismo do DIP, estavam: estimular a propaganda externa das paisagens e valores brasileiros; incentivar o turismo interno; registrar e fiscalizar as agências de viagens e de turismo, bem como todos os seus materiais de divulgação, tais como guias, roteiros e planos; além de dividir o país em zonas turísticas, unificar as empresas de transportes, promover facilidades aduaneiras, providenciar passaporte turístico, entre outras tantas. Com o objetivo de tornar o Brasil conhecido entre os norte-americanos – uma vez que a chegada de turistas europeus estava limitada pelo contexto das guerras –, o DIP investiu também em uma política editorial própria (e também em parceria com algumas editoras, como a José Olympio) produzindo e distribuindo internacionalmente revistas como a *Travel in Brazil*, escrita em inglês e organizada por Cecília Meireles, tendo circulado entre 1941 e 1943, contando com colaboradores ocasionais, como Mário de Andrade, José Lins do Rego, Sérgio Buarque de Holanda e Menotti Del Picchia. Mais do que apenas organizar a atividade turística, as políticas de estado nos anos 1930 integraram debates e ações em torno da nação, do moderno, da cultura, do patrimônio, da educação e da indústria, sendo o turismo e, aqui em especial, os guias de viagem uma das peças de articulação entre essas diversas esferas e agentes.

Como instrumento de articulação entre diferentes debates e ações que estiveram conjugadas, especialmente a partir dos anos 1930, os guias de viagem se apresentaram como um objeto relevante de análise. Em primeiro lugar, não podemos perder de vista que o guia é um gênero literário que chega a público

por intermédio do mercado editorial, sobre o qual atuavam editoras privadas e órgãos públicos, como o Ministério da Educação e Saúde (MES), o Instituto Nacional do Livro (INL), o Serviço de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional/Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN/IPHAN), e algumas vezes em parceria, conforme se deu com a José Olympio. O guia é também um artefato diretamente vinculado à atividade turística e, independentemente de como é elaborado, sempre oferece – em doses maiores ou menores – informações úteis ao turista, antecipando o que ele encontrará no destino. Para a realização da atividade turística, especialmente tomada do ponto de vista econômico, o guia é fundamental para a escolha dos meios de transporte e hospedagem, atrativos a serem visitados, restaurantes etc. Mas, para tanto, apesar da sua vocação totalizante, os autores dos guias produzem seleções, apresentam perspectivas, mesmo quando elas não são anunciadas. Desse modo, apesar de seu caráter prático e utilitário, os guias não são capazes de anular ou esconder a construção do olhar de seus autores e editores antes de contribuírem para a construção do olhar dos seus leitores-turistas. Aliás, havia naqueles anos a preocupação de formar um público-leitor no país, produzindo uma educação do olhar para determinadas questões caras à reelaboração das noções de nação e de cultura brasileiras atualizadas por agentes do estado em consonância com vários dos intelectuais modernistas, estivessem cooptados para o exercício ou colaboração com funções públicas ou não.

O convite à Gilberto Freyre e Manuel Bandeira por Rodrigo de Melo Franco e Andrade para que eles escrevessem guias é a constatação dessa lógica, mas é também o sinal de que se tratava de um momento favorável para empreitadas desse gênero. As seleções de Freyre e Bandeira se articulam com os debates acerca do que poderia, e mais do que isso, do que deveria ser identificado e selecionado como patrimônio nacional (e regional), de modo que os próprios guias se tornam um produto cultural da moderna nação.

Olavo Bilac e Jorge Amado estão nas margens da análise proposta e, a princípio, afastados da lógica que construímos acima. Entretanto, suas falas – pelas ausências ou pelas diferenças em relação às citadas anteriormente – também com elas dialogam. Jorge Amado, assim como Gilberto Freyre e Manuel Bandeira, era um intelectual nordestino. Tal qual o sociólogo pernambucano, Amado foi editado nos anos 1930 pela José Olympio e fazia parte do amplo grupo de intelectuais modernistas que pautou o tema do regionalismo e contribuiu para que se forjasse a noção de nordeste brasileiro. Sua oposição ao gover-

no Vargas significou, ao longo desses anos, duas prisões e um exílio no exterior. No retorno de Buenos Aires, sua prisão foi negociada de modo que ele cumpriu uma espécie de prisão domiciliar, ficando sua circulação limitada à Bahia. Justamente depois desse período de uma apreciação do país desde fora, seguida de uma intensa relação com o seu estado natal, Amado escreveu e publicou seu guia de ruas e mistérios da Bahia de Todos os Santos, que se debruça especialmente sobre as heranças das culturas africanas. Sobre essa particularidade, criou um registro de constante negociação entre heterogeneidades na cidade de Salvador, resultando dessa tensão expressões tão variadas que conjugam simultaneamente aflição e fascínio. A atenção do autor com o regionalismo, especialmente com o caráter baiano, não produziu necessariamente uma fala que concorria pacificamente para o discurso oficial, pretensamente uníssono, da moderna nação. Se para essa moderna nação o debate acerca da especificidade da cultura brasileira, da sua brasilidade, portanto, era fundamental entre os intelectuais e os representantes estadonovistas, o mesmo não ocorria com boa parte dos intelectuais do início do século XX. Eles, de modo bastante diverso, lidavam com um paradigma de nação que envolvia especialmente a necessidade de que essa sociedade se apresentasse interna e externamente suficientemente civilizada, em pé de igualdade com as nações europeias. Não era propriamente o que nos diferenciava que deveria ser sublinhado em nossa dinâmica sociocultural, mas precisamente o que nos equiparava às nações mais desenvolvidas que seria a razão do engrandecimento da nação brasileira. Os guias de Freyre, Bandeira e Amado foram publicados primeiramente em português. Destinavam-se, portanto, ao público de leitores-viajantes brasileiros – aliás, desde então, o turismo interno supera os números do turismo externo no Brasil. Já o guia de Bilac foi publicado em francês, abrindo o diálogo, em especial com o estrangeiro. Além disso, Bilac se esforçou em convencer o visitante da cidade-capital de que ele encontraria ali atrativos, lazeres e serviços tais quais se encontravam nos grandes centros europeus: praças, parques, monumentos, museus, clubes, teatros, cafés, confeitarias. Provavelmente o leitor do guia de Bilac seria um homem de negócios de passagem pelo Rio de Janeiro que aproveitaria parte do seu tempo livre para conhecer a cidade, seguindo as orientações do guia.

Em linhas gerais, o que está em jogo na observação comparativa desses quatro guias é a relação entre as diferentes apropriações que a experiência da modernidade brasileira permitiu em associação às diversas soluções que orientariam os processos de modernização; donde se observam variações tanto entre

esses dois períodos, 1900-20 e 1920-40, como dentro de um mesmo período. Na medida em que os guias antecipam para o leitor-viajante o que deverá ser visto e valorizado, ele coopera para a legitimação de noções, paisagens e sociabilidades que, variando e se transformando de acordo com as condições de produção, se fixam e se legitimam como símbolos da cultura, seja ela local ou nacional. Especialmente quando tomados em perspectiva comparativa e lidos como chaves de interpretação do passado, os guias explicitam a dimensão plural e de conflito presente na construção das representações da cidade, de modo que, tal como sugere Nestor Canclini, o que cada grupo estabelece como bem nacional e relato legítimo de cada momento histórico "é o resultado de operações de seleção, combinação e encenação que mudam segundo os objetivos das forças que disputam a hegemonia e a renovação de seus pactos" (1997, p. 126).

Considerações provisórias: apontamentos para o futuro

A temática da produção de guias por intelectuais, da cultura urbana, do mercado editorial e da atividade turística envolve, necessariamente, diferentes campos do conhecimento, configurando-se como um tipo de reflexão de caráter interdisciplinar para o qual, neste ensaio, busca-se contribuir, especialmente com a inserção de uma perspectiva histórica. O desenvolvimento de investigações a partir do que fora proposto serão contribuições inéditas para a História do Turismo, por tratar de temas diferentes dos tradicionalmente estudados pela historiografia brasileira, considerando-se ainda a escassez de estudos que se interessam em observar o fenômeno do turismo e os variados artefatos a ele relacionados, como é o caso dos guias.

Observado o curioso fato de que importantes intelectuais brasileiros escreveram guias de viagem sobre diferentes cidades – o que, a princípio, não encontra paralelo em outros países latino-americanos –, vimos delineando uma série de perguntas que o presente ensaio pode apenas trazer à tona e principiar aproximações, deixando para o futuro o desenvolvimento das investigações que apresentarão mais variados resultados: quais as motivações e incentivos esses intelectuais tiveram para escrever os guias? Qual o interesse dos intelectuais em investir em um gênero literário menor e incomum para eles? Qual a interferência da política do mercado editorial nesses diferentes contextos que pudesse justificar o interesse na publicação de guias? A escrita dos guias por esses intelectuais dialogava com seus demais interesses e produções literárias? Como as

transformações na atividade turística ao longo dessas décadas afetavam a produção de guias? E, ao mesmo tempo, como a circulação de diferentes guias de viagem poderia afetar o olhar dos turistas, como as pessoas viajam e o que elas conhecem das cidades brasileiras? Teriam os guias, em algum nível (cívico, estético, histórico, geográfico), um papel pedagógico para o público de leitores-viajantes? Quais valores orientam o que deve ser selecionado e apresentado em um guia? Como a experiência da modernidade e do modernismo brasileiro estiveram relacionados à produção desses guias tais como eles se apresentaram? Quais outros agentes sociais, culturais e políticos poderiam estar relacionados à produção dos guias de viagem? Como e em que medida as políticas de estado, nessas primeiras quatro décadas e meia do século XX, poderiam interferir na produção e publicação de guias? Como esses guias escritos por intelectuais contribuíram (e ainda contribuem) para a formação e fixação das imagens turísticas dessas cidades?

Referências

AMADO, J. *Bahia de Todos os Santos: guia de ruas e mistérios de Salvador*. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

AZEVEDO, A. N. "A reforma Pereira Passos: uma tentativa de integração urbana". *Revista Rio de Janeiro*, n. 10, pp. 39-79, maio-ago. 2003.

AZEVEDO, N. P. *Modernismo e regionalismo: os anos 20 em Pernambuco.* João Pessoa: Ed. UFPB; Recife: Ed. UFPE, 1996.

BANDEIRA, M. *Guia de Ouro Preto*. São Paulo: Global, 2015.

BARREIRA, I. A. F. "Os guias turísticos em Berlim". *Tempo Social – Revista de Sociolgia da USP*, v. 17, n. 1, pp. 299-321, 2005.

BENJAMIN, W. "Paris, capital do século XIX". In ______ e KOTHE, F. R. *Sociologia*. Rio de Janeiro: Ed. Ática, 1991.

BILAC, O. *Guide des Etats-Unis du Brèsil – Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Éditeurs Bilac, Passos & Bandeira, 1904.

BROCA, B. *A vida literária no Brasil: 1900*. Rio de Janeiro: Ministério da Educação e Cultura, 1956.

CANCLINI, N. G. *Consumidores e cidadãos*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.

CARPEAUX, O. M. *Retratos e leituras*. Rio de Janeiro: Simões, 1953.

______. *Pequena bibliografia crítica da Literatura Brasileira*. Rio de Janeiro: Serviço de documentação, Ministério de Educação e Cultura, 1955.

CHOAY, F. *A alegoria do patrimônio*. São Paulo: Ed. UNESP, 2001.

CHUVA, M. R. R. *Os Arquitetos da Memória: sociogênese das práticas de preservação do patrimônio cultural no Brasil (anos 1930-1940).* Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2009.

CORREIA, E. B. "Guia de Ouro Preto e os poemas ouro-pretanos de Bandeira". *Signótica*, v. 30, n. 1, pp. 29-51, jan./mar. 2018.

COSTA, A. D. "A cidade do Rio de Janeiro: cultura urbana e imagem turística". Acervo – *Revista do Arquivo Nacional*, v. 28, n. 1, pp. 186-95, 2015.

DIAS, S. M. V. "Gilberto Freyre e Manuel Bandeira nos anos 1920 e 1930: algumas experiências modernistas e suas aporias". *Revista Intellectus*, ano 07, v. II, 2008.

______. *Cartas provincianas: correspondência entre Gilberto Freyre e Manuel bandeira.* São Paulo: Global, 2017.

FERREIRA, T. A. *O imaginário místico e cultural da cidade da Bahia: uma leitura de Bahia de Todos os Santos: guia de ruas e mistérios, de Jorge Amado* (dissertação). Universidade Estadual de Feira de Santana, 2013.

FREYRE, G. *Guia prático, histórico e sentimental da cidade do Recife*. São Paulo: Global, 2007.

______. *Olinda: 2.º guia prático, histórico e sentimental de cidade brasileira.* São Paulo: Global, 2007.

GIUCCI, G. e LARRETA, E. R. *Gilberto Freyre: uma biografia cultural: a formação de um intelectual brasileiro: 1900-1936*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007.

GOMES, A. C. *Estado Novo: ideologia e poder.* Rio de Janeiro: Ed. FGV, 1982.

______. "Estado Novo: ambiguidades e heranças de um regime autoritário". *Ciência Hoje*, v. 23, n. 133, Rio de Janeiro, nov. 1997.

______. *A invenção do trabalhismo*. 3 ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.

______. "Educação, ciência e edição: consagração intelectual dos periódicos às coleções". *Revista Brasileira de História da Ciência*, v. 7, n. 1, pp. 6-15, Rio de Janeiro, jan./jun. 2014.

GONÇALVES, J. R. S. *A retórica da perda: os discursos do patrimônio cultural no Brasil.* Rio de Janeiro: Ed. UFRJ: IPHAN, 2002.

GORELIK, A. "Historia de la ciudad e historia intelectual". *Prismas – Revista de Historia Intelectual*, n. 3, pp. 209-23, 1999.

______. "Ciudad, modernidad, modernización". *Universitas Humanística*, n. 56, pp. 11-27, jun. 2003.

______. *Das vanguardas a Brasília: cultura urbana e arquitetura na América Latina.* Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2005.

______. "A produção da cidade latino-americana". *Tempo Social, Revista de Sociologia da USP*, v. 17, n. 1, pp. 111-33, 2005.

______ e PEIXOTO, F. A. (comps.). *Ciudades sudamericanas como arenas culturales*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2016.

GOULART, S. *Sob a verdade oficial: ideologia, propaganda e censura no Estado Novo.* São Paulo: Editora Marco Zero, 1990.

GUIMARÃES, V. L. *O turismo levado a sério: discursos e relações de poder no Brasil e na Argentina (1933-1946)* (tese). Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2012.

______. "O turismo como vetor das relações Brasil-Argentina nas décadas de 1920 e 1930". *Revista da ANPHLAC*, n. 15, pp.175-97, 2013.

HALLEWELL, L. *O livro no Brasil. Sua História*. São Paulo: EDUSP/Queiroz, 1985.

JORGE, F. *Vida e poesia de Olavo Bilac*. Osasco: Novo Século Editora, 2007.

LAFETÁ, J. L. *1930: a crítica e o Modernismo*. São Paulo: Duas Cidades: Ed. 34, 2000.

LAJOLO, M. e ZILBERMAN, R. *A formação da leitura no Brasil*. São Paulo: Ática, 1996.

LANARI, R. A. O. *O patrimônio por escrito: a política editorial do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional durante o Estado Novo (1937-45)* (dissertação). Universidade Federal de Minas Gerais, 2010.

______. "A cidade que não morreu: modernidade e tradição no guia de Ouro preto, de Manuel Bandeira". *Revista Científica das áreas de História, Letras, Educação e Serviço Social do Centro Universitário de Belo Horizonte*, v. 6, n. 1, jan./jul. 2013.

LEITE, D. M. *O caráter nacional brasileiro: história de uma ideologia*. São Paulo: Ed. UNESP, 2002.

MAGALHÃES JÚNIOR, R. *Olavo Bilac e sua época.* Rio de Janeiro: Companhia Editora Americana, 1974.

MEDEIROS, N. "A edição de livros como formulação do mundo: ideias e casos". *Revista Brasileira de História da Mídia (RBHM)*, n. 2, v. 4, São Paulo, jul./dez. 2015.

MESQUITA, G. *Gilberto Freyre e o Estado Novo: região, nação e modernidade*. São Paulo: Global, 2018.

MICELI, Sérgio. *Intelectuais à brasileira*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

______. *Intelectuais e classe dirigente no Brasil (1920-1945).* São Paulo: Difel, 1979.

O'DONNELL, J. *A invenção de Copacabana*. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2013.

OLIVEIRA, I. V. "As viagens de Manuela Bandeira pela cidade de Ouro Preto". *Guavira Letras*, n. 10, pp. 41-50, ago./dez. 2010.

OLIVEIRA, L. L. "Gilberto Freyre e a valorização da província". *Revista Sociedade e Estado,* n. 1, v.26, pp. 117-49, 2011.

PÉCAULT, D. *Os intelectuais e a política no Brasil: entre o povo e a nação*. São Paulo: Ática, 1990.

PEIXOTO, F. A. "A cidade e seus duplos: os guias de Gilberto Freyre". *Tempo Social – Revista de Sociologia da USP*, v. 17, n. 1, pp. 159-73, 2005.

PERROTA, I. *Promenades do Rio – a turistificação da cidade pelos guias de viagem entre 1973-1939*. Rio de Janeiro: Topbooks, 2015.

POLZONOFF JÚNIOR, P. *Manuel Bandeira: a vida toda que poderia ter sido, e foi*. Rio de Janeiro: Relume Dumará: Prefeitura, 2006.

PONTES, H. "Retratos do Brasil: um estudo dos editores, das editoras, e das 'Coleções Brasilianas', nas décadas de 1930, 1940 e 1950". *Boletim Informativo e Bibliográfico de Ciências Sociais*, n. 26, pp.56-89, 1988.

RAMA, A. *A cidade das letras*. São Paulo: Ed. Boitempo, 2015.

ROMANO, L. "Manuel Bandeira e Cecília Meireles em Ouro Preto". *Revista Turismo e Desenvolvimento*, n. 27/28, pp.1127-39, 2017.

ROMERO, J. L. *América Latina: as cidades e as ideias*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2009.

SÁ, M. E. N. (org.). *História intelectual latino-americana: itinerários, debates e perspectivas.* Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2016.

SANTOS, M. V. M. "Nasce a Academia SPHAN". *Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional*, v. 24, 1996.

SANTOS FILHO, J. "O turismo na era Vargas e o Departamento de Imprensa e Propaganda – DIP". *Cultur – Revista de Cultura e Turismo*, ano 02, n. 2, pp.1-14, 2008.

SAUNIER, P. Y. "Le guide touristique, un outil pour une possible histoire de l'espace: autor des guides de Lyon 1800-1914". *Géographie et cultures, L'Harmattan*, n. 13, pp. 35-54, 1993.

SODRÉ, N. W. *Orientações do Pensamento Brasileiro*. Rio de Janeiro: Vecchi, 1942-43.

SORÁ, G. "A construção sociológica de uma posição regionalista. Reflexões sobre a edição e recepção de 'Casa-grande & senzala' de Gilberto Freyre". *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, n. 36, pp.121-40, 1998.

______. *Brasilianas: José Olympio e a gênese do mercado editorial brasileiro.* São Paulo: Ed. USP/Com-Arte, 2010.

SOUZA, G. M. "O mestre de Apipucos e o turista aprendiz." In: ___________. *A ideia e o figurado*. São Paulo: Duas Cidades; Ed. 34, 2005.

VECCHI, R. "Recife como restos". *Colóquio Letras*, n. 157-158, p. 192, Lisboa, jul./dez. 2000.

VELLOSO, M. P. "Cultura e poder político: uma configuração do campo intelectual (1930-1940)". In ______ e OLIVEIRA, L. L. *Os intelectuais e a política cultural do Estado Novo*. Rio de Janeiro: CPDOC/FGV, 1987.

VENTURA, R. *Estilo tropical: história cultural e polêmicas literárias no Brasil,*

1870-1914. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

VICENTE, S. M. "Leituras modernas da antiga província: nordestes, Gilberto Freyre e a vanguarda anglo-americana". *Revista Terra Roxa e Outras Terras, Revista do Programa de Pós-graduação em Letras da Universidade Estadual de Londrina*, n. 11, pp.77-90, Londrina, 2007.

Turismo, vivências e novas perspectivas para a valorização do patrimônio cultural imaterial e da diversidade cultural

Marcelo Antonio Sotratti[1]

Introdução

A relação entre turismo e as políticas de preservação do patrimônio cultural apresentaram movimentos de aproximação e distanciamentos ao longo da trajetória e da consolidação dos dois campos, ação e conhecimento. As maiores experiências analíticas sobre os efeitos positivos e negativos da apropriação turística sobre o patrimônio cultural se deu a partir do incentivo à visitação em grande escala nos grandes monumentos distribuídos nos diferentes continentes, como também no Brasil, impulsionado pela criação dos Patrimônios Mundiais, em 1972.

A imagem negativa do turismo cultural, delineada na década de 1970, a partir das experiências observadas nesses países, apontou para uma perspectiva mais crítica acerca das formas em que o turismo poderia estar alinhado aos princípios maiores da preservação e valorização desses bens culturais, em sua maioria de natureza material.

A expansão do campo teórico e das experiências de gestão dos órgãos voltados à preservação do patrimônio cultural acabou acentuando a preocupação na relação entre o turismo e o patrimônio, sobretudo quando outros bens culturais foram incorporados ao processo de identificação, seleção e salvaguarda preconizados por esses órgãos.

Nesse sentido, encontra-se a relação entre patrimônio imaterial e turismo. A então consolidada forma de apropriação turística desses bens, por meio

---

[1] Professor Adjunto do curso de Turismo da UERJ – DTUR/IGEOG, Coordenador de Extensão do Instituto de Geografia (IGEOG/UERJ) e docente do corpo permanente do Mestrado Profissional em Patrimônio Cultural do IPHAN.

de observação passiva e roteirização, começou a ser questionada e colocada em perspectiva tanto pelos órgãos de preservação quanto pelos pesquisadores de turismo interessados no tema.

Seria necessário desenvolver algum instrumento de análise que permitisse construir novas formas de relação entre os turistas e a diversidade cultural que essa tipologia de patrimônio apresenta, sobretudo em relação a seu processo de produção, reprodução e salvaguarda dos bens. Desse modo, a apropriação turística deveria, a princípio, estar alinhada ao próprio processo cultural construído pelos detentores de tais bens.

Assim, pensamos que a criação de um projeto-piloto que colocasse em evidência os conflitos, a complexidade e as possibilidades de uma convivência entre visitantes (turistas ou não) e expressões culturais diversas, como música e dança, religiosidade, modos de fazer, celebrações, poderiam ser importantes na construção de formas de metodologias analíticas e dimensionamento de ações que se aproximassem de uma forma equilibrada e participativa entre os turistas, os grupos detentores de tais bens culturais e a comunidade em geral.

Dessa forma, foi criado o Projeto culTURa, no Departamento de Turismo da UERJ, que possibilita mais reflexão sobre novas possibilidades metodológicas para ampliar as formas de aproximação entre turistas e o patrimônio imaterial. O projeto consiste num plano de pesquisa aplicada que visa ao desenvolvimento de atividades, denominadas vivências, em espaços públicos ou institucionais, onde são praticadas expressões culturais de natureza imaterial, como musicalidades, gastronomia, danças, artesanato, religiosidades, saberes tradicionais.

Baseado no turismo de experiência e nas concepções sobre as dimensões culturais e sociais do turismo contemporâneo, o Projeto culTURa integra conteúdos teóricos e resultados de pesquisas produzidas sobre o tema à realidade das expressões culturais que se encontram à margem do mercado e das políticas públicas de turismo na capital fluminense e no estado, buscando demonstrar o papel da atividade turística na promoção, proteção, visibilidade e coesão social dos agentes envolvidos com o patrimônio cultural.

O projeto nasceu por meio de um debate na disciplina "Turismo Cultural", ministrada em 2016, no curso de turismo da UERJ – Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Ao analisarmos as consequências das políticas protagonizadas pela UNESCO em relação aos bens culturais nas décadas de 1960 e 1970, que intensificaram o turismo de massa e o enriquecimento de grupos he-

gemônicos vinculados à apropriação turística desses bens, os alunos colocaram em perspectiva a realidade carioca ressaltando que, até hoje, o turismo cultural praticado na cidade prestigiaria o patrimônio material de grande notoriedade, localizados principalmente na zona central e sul da cidade e expressões imateriais financiadas pela grande mídia.

Nesse sentido, o projeto deu início oficialmente às suas atividades em 2017 e realizou, até o momento, as seguintes experiências/vivências com turistas e visitantes, baseadas nas premissas do turismo de experiência (Panosso Netto, 2010): a *Feira das Yabás* – festa de valorização da cultura afro-brasileira que ocorre no bairro de Madureira; a *Feira de São Cristóvão,* patrimônio imaterial carioca que sintetiza a cultura nordestina; o *Circuito de Herança Africana*, que é comandado pelo Instituto Pretos Novos (IPN) e passa por diversos pontos marcantes para história da escravidão, como Cais do Valongo (patrimônio da humanidade pela UNESCO); e a *Feira do Rio Antigo,* conhecida popularmente como Feira do Lavradio, que acontece todo primeiro sábado do mês na Lapa.

O projeto busca mais representatividade territorial e cultural na dinâmica turística do destino Rio de Janeiro, valorizando e incluindo de forma participativa o capital social, a criatividade e a diversidade que integram o patrimônio cultural imaterial carioca. Da mesma forma, compreende a necessidade de maior reflexão acerca das experiências turísticas associadas aos bens imateriais, atento às potencialidades, limites e desafios que o turismo deve empreender para se tornar um instrumento aliado à produção e reprodução das expressões que envolvem a dinâmica de tais bens.

Turismo e patrimônio cultural: apropriações e aproximações possíveis

A expansão do turismo mundial, observado após a Segunda Guerra Mundial, impactou de forma significativa o campo da preservação do patrimônio. A experiência europeia na obtenção de recursos financeiros e na consagração de grandes monumentos históricos como importantes destinos turísticos foi observada pelos grupos envolvidos com a preservação no Brasil, que passaram a defender o turismo em centros urbanos detentores de bens patrimoniais, onde os recursos financeiros advindos desta atividade poderiam amenizar ou mesmo sanar a falta de recursos públicos na manutenção do patrimônio cultural nacional.

A prática europeia em associar a ideia de desenvolvimento econômico ao turismo resultou de políticas e de modelos de desenvolvimento adotados

por instituições mundiais em diferentes escalas e atribuições, entre elas, estão incluídos a UNESCO, o Comitê do Patrimônio Mundial e o ICOMOS. Segundo Amendoeira (2012), a forma como a UNESCO dirigiu os conceitos, as categorias e as práticas ao longo dos quarenta anos de vida da Convenção para o Patrimônio Mundial constituiu-se num elemento de análise importante para avaliar a relação entre o Patrimônio Mundial e o turismo.

A autora assinala que a dimensão econômica do "turismo cultural" argumentada pela UNESCO tem as suas raízes em duas ideias fundadoras e interligadas surgidas no meio do século XX: a primeira vem da influência francesa nas políticas de preservação do patrimônio cultural nos anos 1960 e 1970, ao direcionar o valor da cultura para as classes operárias e para seu usufruto durante o tempo de lazer; a segunda, surgida como consequência da primeira, é a de que o patrimônio deve ser rentável para se manter e para estimular a criação de atividades de lazer à população.

Assim, a cultura e o patrimônio tornam-se objetos distribuídos de forma equitativa entre diferentes classes sociais para uma sociedade de consumo cada vez mais massificada. Essa ideia favorece diretamente o olhar econômico do patrimônio no continente europeu, tendo no turismo e no lazer seu principal argumento. O valor econômico do turismo em áreas dotadas de patrimônio se projetou no terceiro mundo fortalecido pela ideia de desenvolvimento criado pelos EUA, sobretudo em relação à ideia de desenvolvimento cultural promovida pela UNESCO (Beschaouch, 2001).

Desse modo, a partir da década de 1960, observa-se uma grande influência da UNESCO nos órgãos patrimoniais mundiais, com destaque no Brasil, quanto ao enaltecimento do turismo enquanto atividade propulsora de desenvolvimento econômico do patrimônio como instrumento de defesa da sua preservação, conservação e valorização e de seu potencial educativo.

Os efeitos desastrosos da apropriação econômica excessiva do patrimônio cultural pelo turismo acarretaram, a partir do final dos anos 1970, um posicionamento preocupante dos técnicos do órgão de preservação brasileiro – IPHAN – em relação à importância da atividade para as políticas de preservação. O turismo tornou-se alvo de críticas, e cresceram os debates sobre seus efeitos negativos sobre o patrimônio cultural.

O dito turismo cultural não poderia, nesse momento, ser considerado uma alternativa ou uma oposição ao turismo de massa: o turismo cultural incentivado pela UNESCO e apropriado de forma distorcida pelo mercado

capitalista se articulava ao turismo de massa e tinha-o por referência (Ribeiro, 2016). O alto grau de atratividade do patrimônio cultural monumentalizado ou sacralizado pelos títulos de Patrimônio da Humanidade ou Patrimônio Nacional, aliado a altos investimentos públicos e privados em processos de gentrificação, dificultou a inclusão do turismo como uma atividade parceira às políticas de preservação do patrimônio recentes.

Os inúmeros debates acadêmicos em tornos dos efeitos negativos da apropriação turística em centros históricos internacionais e nacionais levaram a novas reflexões e à adoção de novas posturas em relação ao papel dessa atividade nas políticas de preservação e nos programas de desenvolvimento de áreas patrimonializadas.

A colaboração entre a UNESCO e a OMT na década de 1990, ao estabelecer ações e programas voltados a um desenvolvimento turístico próximo dos interesses locais e discutidos entre os diferentes agentes envolvidos com a preservação e com o uso sociocultural do patrimônio, começa a ganhar contornos expressivos e a influenciar as novas políticas de patrimônio internacionais (Montero, 2001). A orientação mundial mais significativa dessa aproximação é sublinhada pela Carta do Turismo Sustentável de 1995, em que seu conteúdo alerta a ambivalência da relação entre a atividade turística e o patrimônio natural e cultural, e aponta para um desenvolvimento baseado na proteção, no planejamento e na cooperação partilhada e integrada entre todos os agentes envolvidos com tais bens.

> Artigo 5. A conservação, a proteção e a valorização do patrimônio natural e cultural representam um âmbito privilegiado para a cooperação. Por parte de todos os responsáveis, esta atitude implica uma mudânca autêntica de inovação cultural, tecnológica e profissional, que exige realizar um grande esforço em criar e desenvolver instrumentos de planejamento e gestão integrados.
>
> Artigo 9. Os governos e autoridades competentes, com a participação das ONGs e das comunidades locais deverão converter e orientar ações de planejamento integrados como contribuição ao desenvolvimento sustentável (UNESCO/OMT, 1995, pp. 4-5).

Esse novo olhar do turismo em destinos patrimoniais vai ser reafirmado e tomado como referência no mundo, em 1999, por meio da Carta Internacional

sobre o turismo cultural, resultado da assembleia geral do ICOMOS, no México. Nesse documento, constata-se a mudança no conceito da antiga forma de pensar o turismo cultural, construindo uma nova prática da atividade com base na proteção, conservação, interpretação e valorização da diversidade cultural em tempos de globalização. Nessa carta, o papel do turismo em áreas patrimonializadas é visto como um instrumento positivo e potencializador de desenvolvimento local e passa a compor a agenda das políticas públicas de patrimônio mundiais e brasileiras.

Segundo Richards (2009, pp. 25-6), o "novo turismo cultural reflete um turismo de melhor qualidade, onde as expressões culturais locais podem ser valorizadas e inseridas na economia local". Entretanto, segundo o autor, essa possibilidade não se caracteriza como uma condição onipresente em todos os destinos culturais hoje assim considerados, uma vez que a massificação e a turistificação de bens culturais representam atualmente uma possível ameaça à permanência e à originalidade de tais bens.

Mesmo observando a preocupação em manter os aspectos originais e a diversidade que caracteriza a oferta cultural desse segmento, constata-se, na maioria absoluta dos trabalhos voltados ao turismo cultural, a valorização de bens culturais materiais e consagrados como patrimônio cultural como os principais atrativos turísticos a serem estruturados, organizados e promovidos pelos gestores públicos e privados do turismo. Essa seletividade espacial e econômica é percebida claramente nos conceitos de turismo cultural apresentados por organizações e por alguns teóricos internacionais voltados à pesquisa dessa área.

O próprio Ministério do Turismo (2010), em parceria com o IPHAN, apresenta uma definição de turismo cultural pautada na vivência de elementos que compreendem o patrimônio histórico e cultural, bem como os eventos culturais. Observa-se, por esse documento, que o conceito de patrimônio cultural adotado pelo ministério é o mesmo utilizado pelo IPHAN, ao considerar "o patrimônio histórico e cultural como bens de natureza material ou imaterial que expressam ou revelam a memória e a identidade das populações e comunidades" (Ministério do Turismo, 2010, p. 17). Esses bens, segundo a instituição, possuem valor histórico, artístico, científico e simbólico e são passíveis de se tornarem atrativos culturais voltados à vivência e à contemplação.

Para Richards (1996), o conceito de turismo cultural vai além da apropriação turística do patrimônio cultural. Segundo ele, o turismo cultural representa o resultado de uma motivação específica, nesse caso, a busca de turistas por

experiências culturais de diferentes naturezas, como viagens de estudo, festivais musicais, peregrinações ou mesmo visitas a centros históricos e monumentos. Para o autor, a compreensão do segmento turismo cultural deve ter foco no olhar do turista e de suas múltiplas motivações culturais, e não simplesmente na apropriação turística do patrimônio cultural.

Nesse sentido, o conceito do turismo cultural envolve aspectos específicos que revelam as diferentes possibilidades de análise que caracterizam o segmento: "aspectos turísticos, apropriação de bens culturais, consumo de experiências e produtos, motivações dos turistas" (McKercher e Du Cros, 2002, pp. 3-6).

O turismo cultural colabora com uma apropriação coletiva mais intensa do patrimônio cultural. Possibilita, ainda, a valorização de bens culturais desconsiderados ou não priorizados pelos órgãos de preservação como o patrimônio imaterial e o patrimônio cultural material móvel de origem popular (McKercher e Du Cros 2002, p. 7). A aproximação do patrimônio cultural com o turismo, como forma de valorização e apropriação coletiva e independente das relações mercadológicas priorizadas pelos gestores do turismo, vem sendo tratada largamente em diversos países, inclusive no Brasil. Nesse sentido, devemos ponderar acerca da representatividade territorial e tipológica dos bens culturais apropriados pela atividade turística.

Observa-se que diferentes possibilidades de apropriação dos bens culturais, a forte concorrência entre cidades e, sobretudo, a condição espacial em que se encontra o patrimônio cultural devem ser consideradas nos processos de gestão de tais bens, excluindo a adoção de modelos engessados do turismo tradicional. A promoção exacerbada do patrimônio cultural para fins turísticos, normalmente acompanhados de infraestrutura massificada e especializada, não corresponde aos exemplos exitosos de turismo cultural, devendo ser analisados e investigados os exemplos de processos de gestão integrada e participativa em locais onde o patrimônio consiste no principal recurso de desenvolvimento.

Em continuidade aos parâmetros de análise entre o patrimônio cultural e a atividade turística indicados por McKercher e Du Cros (2002), a vivência e o consumo de novas experiências pessoais caracterizam o segmento do "novo" turismo cultural. A relação entre os bens culturais e os turistas pode ir além da mera contemplação, possibilitando a expansão do conhecimento individual e o despertar de novos valores pessoais para os turistas, transformando-os em agentes ativos na proteção e valorização do patrimônio cultural.

Uma das formas mais comuns em estabelecer um processo de comunicação interativo entre os turistas e o patrimônio cultural é a interpretação. Segundo Murta e Goodey (2002), a interpretação do patrimônio consiste em ações de comunicação entre os elementos culturais e os visitantes por meio de textos, imagens ou outras representações proporcionando um melhor aproveitamento ou experiência no local visitado.

A interpretação do patrimônio no turismo cultural acrescenta valor ou intensifica a experiência do turista em determinado atrativo, uma vez que alia o entretenimento ao conhecimento mais profundo dos bens culturais. Nesse sentido, a interpretação do patrimônio consiste num forte aliado às ações da educação patrimonial, visto que, por meio de uma visita orientada e controlada, pode distribuir o fluxo de visitantes em determinado local e, ao mesmo tempo, sensibilizá-los em relação à proteção dos objetos da visita (Murta e Goodey, 2002).

O emprego de novas tecnologias em processos de interpretação do patrimônio vem assumindo grande expressividade nas atividades de educação patrimonial pelo turismo, porque, ao empregar linguagens inovadoras e de fácil percepção e assimilação, potencializam a relação entre entretenimento e conhecimento que caracterizam os produtos turísticos culturais. Guias eletrônicos, painéis multimídia, projeções e instalações interativas vêm substituindo as tradicionais sinalizações informativas presentes nos museus e centros históricos. No entanto, o emprego excessivo de recursos midiáticos e informacionais em bens culturais para fins turísticos pode levar a processos de espetacularização de tais bens, ampliando a atenção dos visitantes para outros recursos visuais e, assim, comprometendo os objetivos da educação patrimonial (Manzato, 2007, pp. 103-4).

Exemplos extremos de interpretação do patrimônio, como a ambientação de base histórica, recriam ambientes e situações cotidianas de um tempo pretérito para a experiência e contemplação de turistas. Segundo Pires (2001), essa ambientação utiliza recursos de ambientação como cenografia, vestuário, iluminação, música, alimentação e dramatização para o aproveitamento de bens culturais para o turismo e o lazer, criando uma atmosfera imaginária realista do ambiente original que compreende o patrimônio em questão.

Para o autor, a ambientação de base histórica consiste num poderoso recurso de marketing turístico voltado à apropriação turística de bens culturais que eleva o patrimônio à condição de bem dinâmico e interativo entre o passado e o presente. Os exemplos do chamado triângulo histórico americano, compreendendo as cidades de Williamsburg, James City e Yorktown, todos no

estado da Virgínia/EUA, são referências importantes dessa técnica de interpretação do patrimônio (Pires, 2001).

A discussão pertinente de Gonçalves (1988) acerca do patrimônio, memória e autenticidade antepõe-se às colocações de Pires (2001). Segundo aquele autor, a recriação paisagística e cenográfica de Williamsburg assume um aspecto dramático de reencenação, congelando um passado idealizado e inerte às interrelações com os turistas ali presentes. Para ele,

> o conjunto urbanístico e arquitetônico [de *Williamsburg*] e mais a performance dos atores não sugere antiguidade, mas sim o aspecto novo e limpo, quase ascéptico, das coisas recriadas. [...] Em *Colonial Williamsburg* esses prédios e objetos não parecem vir de nenhum passado, mas antes de um eterno presente. O desaparecimento da 'aura', de que nos fala Benjamin, parece aqui ter atingido um limite extremo (p. 271).

Nesse caso, os simulacros e as encenações observadas em tais atrativos culturais são utilizados pelo marketing turístico como sinônimo de autenticidade, na tentativa de atrair um número cada vez maior de turistas e visitantes. No entanto, as características atemporais e ascéticas de tais atrativos contrariam, como exposto por Gonçalves (1988), os preceitos de Walter Benjamin acerca da autenticidade dos bens culturais. Se pensarmos em nossa opção fachadista no tombamento de sítios históricos como um recurso suficiente à preservação da memória, podemos nos questionar se não estamos agindo como uma mera ambientação, ao reduzir o patrimônio a um cenário desarticulado da dinâmica urbana das localidades.

A ambientação de base histórica, bem como outros exemplos de técnicas de interpretação do patrimônio que se sobrepõem aos objetivos e interesses da educação patrimonial transformam, segundo McKercher e Du Cros (2002), o patrimônio cultural em produtos turísticos. Esses produtos, ao agregarem elementos de comunicação e infraestrutura notadamente voltados ao entretenimento, enaltecem o poder de consumo dos bens culturais, pois valorizam suas características superficiais e incentivam a compra incessante de subprodutos associados a tais características, como suvenires, gastronomia e eventos culturais paralelos. Na maioria das vezes, tais subprodutos exercem poder de atratividade maior que o próprio bem cultural e reduzem o patrimônio cultural a mero elemento indutor e ambientador para consumo turístico e lúdico.

Associar a atividade turística à condição de atividade facilitadora e promotora da valorização e proteção do patrimônio cultural por meio de experiências e ações interpretativas requer uma revisão profunda acerca dos interesses do marketing turístico em transformá-lo em produto turístico. A transformação do patrimônio cultural em produto de consumo turístico pode levar, num curto espaço de tempo, à aceleração do processo de degradação e especulação dos bens e espaços culturais e ao surgimento de um turismo massificado e distanciado dos preceitos do turismo cultural.

Por fim, o último elemento de análise sobre a relação entre o patrimônio e o turismo, assinalados por McKercher e Du Cros (2002), refere-se à motivação dos turistas no turismo cultural. Analisando os conceitos relativos ao segmento que foram apresentados no início deste capítulo, como os apresentados pelo ICOMOS e pelo Ministério do Turismo, constata-se a existência de uma visão idealizada do turista cultural. A partir desses conceitos, imagina-se um turista cultural que busca experiências diferenciadas e conhecimentos profundos do patrimônio durante sua visitação turística. No entanto, pesquisas realizadas por instituições europeias e americanas demonstram a existência de uma variedade considerável de motivações e tipos de turistas que buscam esse segmento, incluindo muitas vezes experiências consumistas e superficiais.

Diversos autores discutem as diferenças comportamentais dos turistas culturais nos destinos. Tais diferenças se baseiam no nível de informação exigido pelos turistas quando visitam determinados atrativos ou destinos culturais como também no papel desempenhado pela cultura na definição da viagem ou de atrativos que os turistas queiram conhecer em destinos turísticos (WTO/ETC, 2005).

Hábitos de viagem desenvolvidos pelos turistas culturais também se adequam ao perfil dos turistas desse segmento. A preparação da viagem, por exemplo, é fundamental para os turistas culturais, uma vez que o conhecimento prévio sobre a história e os modos de vida da população que vive nos destinos favorece a interpretação dos atrativos quando visitados. Nesse sentido, Richards (1996) aponta o papel que a internet vem desempenhando na preparação da viagem e a importância que os destinos têm na organização e divulgação eletrônica de *sites* especializados e dirigidos ao turismo cultural.

Mesmo buscando antecipadamente informações e conhecimento acerca dos atrativos culturais a serem visitados, os turistas culturais não apresentam, na sua maioria, motivações específicas. Segundo Richards (1996), somente 10%

dos turistas denominados culturais viajam com motivação específica em visitar determinado tipo de patrimônio; a maioria absoluta desse grupo de turistas, no entanto, busca conhecimento geral e amplo acerca do patrimônio cultural existente em determinado destino. Contudo, a complexidade que envolve as motivações dos viajantes desse segmento deve ser ponderada pelas práticas tradicionais do turismo industrial e de massa.

Nesse sentido, observa-se atualmente no Rio de Janeiro a presença de roteiros culturais, organizados por agências de viagens ou associações voluntárias, que percorrem bairros dotados de alto valor simbólico ou de espaços de reconhecido valor patrimonial. Os bens de natureza imaterial, quando presentes, se adequam à infraestrutura e à construção estética influenciada pelo mercado turístico. Assim, áreas tradicionalmente turistificadas configuram-se como uma espécie de redução narrativa acerca dos valores e da diversidade cultural.

Ao considerar esses pressupostos teóricos, a metodologia adotada no Projeto culTURa é baseada em três premissas básicas: conhecimento da dinâmica socioespacial das manifestações culturais previstas no cronograma do projeto; desenvolvimento de experiências/vivências para turistas e visitantes; e desenvolvimento de propostas de novas atividades, agora protagonizadas pelas comunidades locais, por meio dessas manifestações. O conhecimento das dinâmicas socioespaciais das expressões selecionadas pelo projeto é realizado por meio de um trabalho de campo, utilizando o método etnográfico e a observação participante (Malinowiski, 1978).

O trabalho de campo, pensado e organizado segundo o princípio da observação participante, defendida inicialmente por Malinowsky e hoje constituinte do ofício do antropólogo, requer uma imersão e interação total do pesquisador em seu objeto de estudo, de modo a compreender e interpretar tudo o que foi observado de forma relativa e isenta de julgamentos. Assim, o trabalho de campo busca realizar o duplo exercício antropológico sugerido por DaMatta (1987, p. 157):

> [...] aprender uma dupla tarefa que pode ser grosseiramente contida nas seguintes fórmulas: a) transformar o exótico em familiar e/ou b) transformar o familiar em exótico. Em ambos os casos, é necessária a presença dos dois termos (que representam dois universos de significação) e, mais basicamente, uma vivência dos dois domínios porum mesmo sujeito disposto a situá-los e apanhá-los.

No entanto, realizar essa dupla tarefa, que ora se excluem e ora se complementam, não é uma tarefa fácil. A paciência e o contínuo exercício de se colocar no lugar do outro permitiu a construção dessa experiência metodológica, até então inédita para mim. Como adverte Gilberto Velho (1981, p. 124, grifos do autor),

> [...] a ideia de tentar por-se no lugar do outro e de captar vivências e experiências particulares exige um mergulho em profundidade difícil de ser precisado e delimitado em termos de tempo. Trata-se de um problema complexo pois envolve a questão da distância social e distância psicológica. [...] Evidentemente, em algum nível, está se falando em *distância*.

Contudo, esse "mergulho em profundidade", apontado por Gilberto Velho na citação acima, só é possível por meio de formas sutis de sociabilidades compartilhadas entre o pesquisador e o grupo social detentor das práticas culturais analisadas. Por meio do exercício etnográfico, é possível analisar mais profundamente as relações de produção, construção e reprodução das expressões culturais, possibilitando a elaboração de atividades de visitação mais criativas e próximas da interpretação da importância social e simbólica que envolvem tais expressões;

Da mesma forma, a elaboração das atividades do Projeto culTURa tem como conceito norteador o turismo de experiência (Panosso Netto e Gaeta, 2010), que ressalta a integração e o envolvimento dos turistas nas atividades ou lugares por eles visitados. O protagonismo e a participação da comunidade local no desenvolvimento de novas atividades associadas aos bens imateriais, trabalhados nas fases anteriores do projeto, são baseados na metodologia proposta por Fortunato (2017), que enaltece a formação de redes colaborativas e a participação ampla das comunidades na elaboração de produtos e ações de natureza turística.

Considerando os princípios metodológicos pontuados acima, considera-se a visitação organizada e mediada por meio de vivências e experiências criativas o ponto de partida para a formação de redes colaborativas que estimulem e fortaleçam iniciativas locais de desenvolvimento do turismo cultural. Os quadros 1 a 3, a seguir, apresentam as etapas desenvolvidas pelo Projeto culTURa.

Quadro 1 – Etapa 01 do Projeto culTURa

Etapa 1	
Objetivo	**Ações**
Desenvolvimento das atividades/vivências da cultura imaterial do Rio de Janeiro	Mapeamento do patrimônio cultural e das expressões culturais imateriais desenvolvidas no subúrbio carioca e na região metropolitana do Rio de Janeiro
	Definição da expressão cultural a ser desenvolvida a atividade, segundo cronograma viável e adequado para sua realização
	Trabalho de campo com toda a equipe do projeto, utilizando o método etnográfico e a observação participante
	Contato com os grupos locais e estabelecimento de redes de cooperação para a realização da atividade
	Planejamento, organização da atividade de visitação e apresentação da proposta para a comunidade
	Divulgação, operacionalização e avaliação dos resultados

Fonte: do autor, 2019.

Quadro 2 – Etapa 02 do Projeto culTURa

Etapa 2	
Objetivo	**Ações**
Planejamento participativo e desenvolvimento de novas atividades nas comunidades envolvidas com as expressões culturais trabalhadas na etapa	Reunião com a comunidade local para discutir novas atividades associadas à manifestação cultural em questão, agora protagonizadas pela comunidade
	Realização de curso preparatório para desenvolvimento turístico junto à comunidade
	Planejamento participativo e desenvolvimento das novas atividades/vivências
	Apoio do Projeto culTURa nas atividades desenvolvidas pela comunidade: divulgação, ampliação das redes colaborativas, operacionalização, discussão dos resultados

Fonte: do autor, 2019.

Quadro 3 – Etapa 03 do Projeto culTURa

<table>
<tr><th colspan="2">Etapa 3</th></tr>
<tr><th>Objetivo</th><th>Ações</th></tr>
<tr><td rowspan="3">Avaliação do projeto e monitoramento das atividades</td><td>A avaliação do projeto levará em conta os seguintes indicadores: receptividade da comunidade local; número de inscritos e participantes na atividade; viabilização da continuidade da proposta</td></tr>
<tr><td>Participação da comunidade no desenvolvimento de novas atividades ligadas à expressão cultural em questão</td></tr>
<tr><td>Apoio na divulgação e gestão das atividades desenvolvidas pelas comunidades</td></tr>
</table>

Fonte: do autor, 2019.

Os resultados até agora obtidos nos levam a refletir sobre a complexidade que envolve a elaboração de atividades turísticas ligadas à cultura imaterial. Em primeiro lugar, devemos considerar que as incursões etnográficas desenvolvidas na preparação das visitas nos fornecem elementos para a elaboração de novos olhares e experiências de visitação; em contrapartida, as visitas organizadas também envolvem critérios, seleções e formas de interação que se constituem em experiências turísticas distantes da dinâmica cultural dos bens culturais em questão. Percebe-se, no entanto, que a visitação elaborada e mediada pelo projeto desperta a atenção para os agentes detentores das expressões culturais, favorecendo a formação das redes colaborativas. O desafio compreende, agora, o desenvolvimento de atividades de visitação protagonizadas pela própria comunidade.

Considerações finais

Tais análises nos remetem à reflexão do real valor da atividade turística nos processos de gestão e proteção do patrimônio cultural. O turismo, comumente sacralizado como a melhor alternativa de valorização econômica, urbana e cultural do patrimônio, vem demonstrando sua ineficácia e despreparo na identificação e condução dos valores simbólicos e do papel dos bens culturais nas cidades onde a atividade se desenvolve.

O envolvimento da comunidade nos processos de gestão do patrimônio deve assumir um papel central nas discussões acerca do futuro dos bens e incorporar-se nas ações de preservação e apropriação do patrimônio cultural.

Da mesma forma, as transformações simbólicas induzidas pela indústria do turismo e os novos anseios de consumo por parte dos turistas ditos culturais dificultam ações de gestão que possam proteger e envolver os visitantes e moradores na preservação dos bens. A apropriação vertical de centros históricos por empresas transnacionais na construção de hotéis, *resorts* e centros gastronômicos tem acarretado graves processos de gentrificação e exclusão da população local, reduzindo o patrimônio num elemento de alto valor especulativo e de marketing.

Por outro lado, tais constatações têm alimentado o campo da pesquisa do patrimônio cultural e o papel da ciência geográfica na análise da aproximação entre o turismo e patrimônio cultural. Identificar os usos sociais e sua relação com os bens culturais gera trabalhos acadêmicos referenciais para a minimização de efeitos negativos dessa relação, tornando-os também importantes instrumentos para a construção de políticas públicas de turismo e patrimônio e de práticas de gestão.

As comunidades, protagonistas das expressões culturais, têm plenas condições de propor vivências diversificadas, interativas e criativas, diferentes dos roteiros turísticos padronizados e comercializados pelos empresários do turismo. Essas vivências, além de fortalecerem a autoestima dessas comunidades, poderão contribuir com a melhoria da sua forma de viver, trazendo benefícios financeiros e maior visibilidade às expressões culturais por elas desenvolvidas.

O Projeto culTURa compreende que a atividade turística pode ser um instrumento de valorização, proteção e desenvolvimento das comunidades envolvidas com a cultura imaterial brasileira. Além disso, se mostrará disposto a apoiar a comunidade, buscar parcerias e fortalecer o papel da universidade pública em sua missão como entidade que promova ensino, pesquisa e extensão.

Referências

AMENDOEIRA, A. P. "40 anos da Convenção do Patrimônio Mundial: algumas reflexões para o futuro". In *40 años de la Convención de Patrimonio Mundial – Cultura y desarollo en America Latina y el caribe – Turismo y território, clave para el desarollo comunitario*. México, DF: Instituto Nacional de Antropologia y Historia, 2012, pp. 228-44.

BESCHAOUCH, A. “Patrimoine, sites, tourisme: des quelques contradictions”. *Cahiers ICOMOS France: Accueil, aménagement, et gestion dans les grandes sites*, n. 21, pp.9-23, Paris, 2001.

GONÇALVES, J. R. “Autenticidade, memória e ideologias nacionais: o problema dos patrimônios culturais”. *Estudos Históricos*, v. 1, n. 2, pp. 264-75, Rio de Janeiro, 1988.

ICOMOS. “Carta internacional sobre o turismo cultural. A gestão do turismo em sítios com patrimônio significativo”. Disponível em: http://www.icomos.org/charters/tourism_sp.pdf. Acesso em: maio 2018.

MALINOWSKI, B. K. *Argonautas do pacífico ocidental: um relato do empreendimento e da aventura dos nativos no arquipélago da Nova Guiné melanésia*. 2 ed. São Paulo: Abril Cultural, 1978.

MANZATO, F. “Turismo arqueológico: diagnóstico e análise do produto arqueoturístico”. *Revista Pasos – Revista de turismo y património cultural*, v. 5, n. 1, pp. 99-109, 2007.

MCKERCHER, B. e DU CROS, H. *The partnership between tourism and cultural heritage management*. New York, USA: Routledge, 2002.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Turismo Cultural: orientações básicas*. 3 ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

MONTERO, P. L. “Turismo y ciudades históricas en los documentos de organizaciones internacionales”. *Boletín PH,* n. 36, pp. 184-94, Sevilha, 2001.

MURTA, S. M. e GOODEY, B. “Interpretação do patrimônio para visitantes: um quadro conceitual”. In MURTA, S. M. e ALBANO, C. (orgs.). *Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar*. Belo Horizonte, MG: Ed. UFMG, 2002.

PANOSSO NETTO, A. e GAETA, C. *Turismo da experiência*. São Paulo: SENAC, 2010.

PIRES, M. J. *Lazer e turismo cultural*. São Paulo: Manole, 2001.

RIBEIRO, C. “Que tinha a Unesco a ver com desenvolvimento econômico?”. Vitruvius - Arquitextos, ano 16, n. 189.03, São Paulo, fev. 2016. Disponível em: http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/16.189/5953 . Acesso em: mar. 2019.

RICHARDS, G. *Culture tourism in Europe*. Oxon, UK: CAB International, 1996.

SOTRATTI, M. A. *Pelas ladeiras do Pelo: a requalificação urbana como afirmação de um produto turístico 2005* (dissertação). Universidade Estadual de Campinas, 2005.

UNESCO/OMT. "Carta do turismo sustenável". *Conferência Mundial do Turismo Sustentável*. Governo da Espanha. Lanzarote, Espanha, 1995. Disponível em: http://www.turismo-sostenible.org/docs/Carta-del-Turismo-Sostenible.pdf. Aceso em: maio 2018.

WTO – WORLD TOURISM ORGANIZATION e ETC – EUROPEAN TRAVEL COMISSION. *City Tourism and Culture. The European Experience*. Bruxelas: WTO/ETC, 2005.

A dimensão espacial da atividade turística no território fluminense

Nathan da Silva Nunes[1]
Miguel Angelo Ribeiro[2]

Introdução

Este artigo tem como proposta analisar a dimensão espacial do Turismo no Estado do Rio de Janeiro, visto que tal atividade tem importância econômica destacada para diversos municípios fluminenses. A seleção do recorte espacial ocorreu em função da observação de características que tornam o referido estado singular, visto que é possível identificar a prática de atividades relacionadas a diversas tipologias turísticas.

É válido ressaltar que estatísticas recentes apontam para um crescimento mundial dos fluxos relacionados ao turismo, com cerca de 1,2 bilhão de pessoas deslocando-se pelo planeta, em 2015.

Nesse contexto, podemos pontuar que o estado do Rio de Janeiro caracteriza-se por apresentar enorme diversidade de situações topográficas e climáticas, bem como grande variedade de condições histórico-culturais (Ribeiro, 2003). Com isso, a atividade turística se reveste de grande importância como fator de interiorização do desenvolvimento econômico e social, considerada atualmente uma expressão das mais autênticas do processo de globalização. O fenômeno do turismo expande-se em âmbito planetário até as regiões mais remotas, não desconsiderando nenhum território, e, nesse caso, o Brasil encontra-se inserido nessa economia globalizada por meio da atividade em questão, não só em decorrência de suas mais diversas paisagens, dentre elas as tropicais, como também em seus diferentes aspectos culturais e históricos, tor-

---

[1] Mestre e doutorando em Geografia – UERJ – IGEOG/PPGEO. E-mail: nunesuerj@gmail.com

[2] Professor Associado – UERJ – IGEOG/PPGEO. E-mail:mamikisi@gmail.com

nando-se, na América Latina, uma das principais áreas receptoras desses fluxos (Ribeiro, 2003).

O Brasil recebeu, em 2015 e 2016, por volta de 6,0 e 6,6 milhões de turistas estrangeiros, respectivamente, e destes, mais de 1,5 milhão (em ambos os anos) escolheram como destino o território fluminense, conforme indicado pelo Ministério do Turismo. Sendo assim, o Estado do Rio de Janeiro (mapa 1) é uma das unidades federadas que apresenta importância para a promoção do turismo brasileiro, atividade esta que merece destaque no contexto do desenvolvimento econômico de nosso estado.

No contexto nacional, o Rio de Janeiro é o segundo ente federativo quando se trata do número de viagens a negócio, porém está na liderança quando a motivação do deslocamento é o lazer, destacando-se não apenas a capital, mas alguns municípios do interior, como Armação dos Búzios, Cabo Frio, Angra dos Reis e Paraty.

Mapa 1 - Regiões do Governo do Estado do Rio de Janeiro

Fonte: Centro Estadual de Estatísticas, Pesquisas e Formação de Servidores Públicos do Rio de Janeiro, 2014.

Tais resultados ratificam o papel do estado do Rio de Janeiro como uma das principais unidades receptoras de turistas nacionais e internacionais, revelando importância para a promoção do turismo brasileiro.

Para que possamos atender os desafios propostos, o artigo encontra-se estruturado em três partes. A primeira envolve as condicionantes para o desenvolvimento das atividades turísticas no território fluminense, destacando-se os elementos físicos ou naturais, o elemento histórico e as atividades econômicas, o papel dos transportes e as políticas de turismo. Na segunda seção, procura-se discutir a institucionalização do Turismo no estado, partindo da década de 1960, quando são criadas as primeiras empresas públicas voltadas ao setor, abordando ainda os planos, as tipologias e as classificações oficiais desenvolvidas para os municípios fluminenses. Por fim, na terceira seção, o foco será analisar e descrever as atividades turísticas em alguns municípios do estado, sendo selecionados aqueles em que o setor apresenta maior representatividade no contexto nacional, segundo classificações do Ministério do Turismo.

Condicionantes para o desenvolvimento das práticas turísticas nos municípios fluminenses

Para que possamos realizar uma análise sobre os principais aspectos da atividade turística verificados no estado do Rio de Janeiro, é preciso apresentar as condicionantes que viabilizam tal fenômeno. Porém, é necessário, em um primeiro momento, apresentar concepções e definições acerca de lazer, pois este relaciona-se intimamente com o turismo.

Para tanto, Menoia (2000) destaca o caráter de oposição entre o conceito de lazer e o de trabalho, visto que a redução na carga horária deste último tem propiciado mais tempo livre para o homem, um ser lúdico. Barbosa e Silva (2011), por sua vez, datam do período pós-Revolução Industrial o início das discussões a respeito do lazer, sucedendo aquelas que tinham como objeto principal de análise o ócio, o não trabalho. Tais debates estavam inseridos no contexto marxista e sua crítica ao sistema capitalista.

Há uma série de conceituações para o referido termo, considerando em sua maioria a dimensão temporal, a atividade, a função, a importância e a maneira como é usufruído pelo homem (Menoia, 2000). A partir da concepção do sociólogo francês Dumazedier, Menoia (2000, p. 11) apresenta considerações sobre o lazer.

> Segundo o autor, o lazer completo possui caráter liberatório, de livre escolha; caráter desinteressado, sem fim lucrativo, caráter hedonístico, de satisfação; caráter pessoal, onde as expectativas superam as necessidades. Classifica então o lazer em quatro tipos, conforme o tempo disponível: lazer do fim do dia, do final de semana, do final do ano e do fim da vida.

Visando relacionar tal conceito à temática proposta para este artigo, utilizaremos a abordagem de Barbosa (2011, p. 4) para associá-lo ao turismo, pois a autora entende que o lazer está vinculado à liberação e prazer, podendo apresentar três funções distintas: que seriam "a do descanso (libera-se da fadiga); do divertimento, recreação e entretenimento (liga-se à fadiga e esta, ao tédio) e do desenvolvimento (desenvolve a personalidade que depende de autonomia do pensamento e da ação cotidiana)".

Após apresentar o lazer a partir do turismo, iniciaremos a análise de tais atividades de forma mais abrangente, destacando em um primeiro momento que não podem ser pensadas sem as bases geográficas, e, nesse contexto, podemos distinguir três condicionantes que influenciam seu desenvolvimento em território fluminense. Tais condicionantes estão intimamente relacionadas. São elas: a) o elemento físico ou natural; b) o elemento histórico e as atividades econômicas; e c) o papel dos transportes.

O elemento físico ou natural

O quadro físico fluminense apresenta-se muito diversificado, em contraponto à limitada extensão territorial (CIDE, 1997). Nesse sentido, o estado do Rio de Janeiro configura uma sucessão de paisagens, cujo alinhamento segue, aproximadamente, a direção geral SW-NE, dominada pela disposição do relevo, que condiciona, em grande parte, a variedade do clima e da cobertura vegetal, entre outros elementos. Sendo assim, distinguem-se como principais unidades físicas: o trecho litorâneo, o conjunto montanhoso e o planalto ondulado até o Vale do Paraíba, como apontou, grosso modo, Ribeiro (2003).

> I - O trecho litorâneo abrange a linha costeira e a região das baixadas, em direção à parte setentrional do estado, constituído por lagoas e cordões litorâneos, com vegetação de restinga. Parte dessa

área integra a região turística denominada Costa do Sol, que começa nos limites da área Metropolitana (município de Maricá) até o município de Rio das Ostras; e a parte meridional, de constituição rochosa e muito recortada em baías e enseadas, prolongando-se até o município de Paraty. Nessa unidade física, a modalidade de turismo mais desenvolvida é a do aproveitamento das praias e das práticas náuticas, apesar de atualmente novas modalidades de turismo serem utilizadas, como a histórico-cultural, a rural e o ecoturismo.

II - O conjunto montanhoso da Serra do Mar, representado pela frente escarpada e seu reverso, atravessando quase todo o estado, com altitudes de até 2 mil metros (Serra dos Órgãos), em alguns pontos, é caracterizado por temperaturas mais amenas quando comparado com as demais unidades físicas, imprimindo características peculiares às diferentes modalidades turísticas. Essa porção é conhecida como Região Serrana.

III - Por fim, distingue-se o planalto ondulado, que perde altitude até o Vale do Paraíba do Sul, sendo que o rio de mesmo nome representa o traço mais marcante nessa paisagem, cortando o território fluminense de sul a norte e formando uma depressão encaixada entre as escarpas das Serras do Mar e da Mantiqueira. Esta inclusive exibe o paredão do Pico das Agulhas Negras, com aproximadamente 2.800m de altitude, muito aproveitado para diferentes modalidades de turismo.

Esse quadro físico constitui-se em suporte material para a organização econômica e social fluminense e está diretamente associado ao desenvolvimento da atividade do turismo, exercendo influência na produção de lugares para o consumo.

O elemento histórico e as atividades econômicas

O elemento histórico e as atividades econômicas são importantes condicionantes para o desenvolvimento da atividade turística. Nesse sentido, podemos analisar, de modo geral, a ocupação do atual estado do Rio de Janeiro pelos portugueses a partir do século XVI.

O século XVI marca a descoberta da faixa litorânea do estado pela expedição em que tomou parte Américo Vespúcio (1501-02), e, em 1503, é instalada uma feitoria na futura cidade de Cabo Frio, enquanto, em 1565, é fundada a cidade do Rio de Janeiro. Sendo assim, formas pretéritas criadas no século XVI ainda persistem nesses espaços e são testemunhos importantes para a preservação da memória e da cultura.

Esse século é marcado pela Coroa Portuguesa com a ocupação do litoral como defesa e conquista da terra (Rahy, 1999), destacando-se a importância do sítio, ou seja, o local onde se estabeleceram as futuras cidades, geralmente ocupando a entrada de baías, rios etc. com a presença de inúmeras fortificações, como as encontradas na Baía de Guanabara.

O século XVII vai ser marcado pelas experiências agrícolas vinculadas à produção de cana-de-açúcar e seus engenhos no Norte Fluminense ou mesmo nos arredores da capital. Essa atividade marca a paisagem dessa região até os dias atuais, onde há fazendas dos antigos barões do açúcar e usinas; enquanto na área metropolitana, pelas grandes transformações ocorridas, poucos vestígios foram deixados na paisagem.

No século XVIII, com a descoberta das reservas auríferas das Minas Gerais, a organização do povoamento fluminense vai ser profundamente alterada. A exploração do ouro influencia indiretamente na ocupação do território. Concomitante à exploração aurífera nas Minas Gerais, nos primeiros anos desse século, a cana-de açúcar atinge definitivamente a baixada campista, na porção norte do estado.

Quanto à atividade aurífera mineira, as cargas do referido metal descem do planalto das Minas Gerais em lombos de burros, na direção de Paraty (Caminho Velho), e são conduzidas por mar até o Rio de Janeiro (Mota e Lopez, 2016).

O Rio de Janeiro torna-se rapidamente o principal porto e a mais ativa cidade do país. Ao mesmo tempo, a atividade aurífera contribui para o surgimento de vilas – embriões para futuras cidades –, que serviam de passagem para o interior, como Vassouras, Paraíba do Sul e Paty do Alferes, entre outras (Rahy, 1999).

No século XVIII, do ponto de vista histórico e político, merece destaque para a antiga Província do Rio de Janeiro a transferência da sede do governo colonial de Salvador para o Rio de Janeiro (1763), em decorrência do comércio do ouro das Minas Gerais, além das condições geográficas.

Cumpre lembrar que, no período compreendido entre os séculos XVII e XVIII, os portos tiveram importância fundamental na história econômica fluminense, primeiramente com o transporte de cana-de-açúcar e, logo em seguida, com o ouro.

O início do século XIX vai ser marcado, primeiramente, pela extinção do ouro das Minas Gerais (decadência da mineração), enquanto à cana-de-açúcar volta-se a concentrar – mas por pouco tempo – todas as atenções.

Outro fato histórico e político importante para o atual estado do Rio de Janeiro e mais diretamente para a cidade do Rio de Janeiro será a chegada da Corte Portuguesa, em 1808, que afetará a estrutura organizacional da urbe carioca. Em 1834, a cidade do Rio de Janeiro se separa de sua província e a capital imperial é, então, elevada à condição de Município Neutro, enquanto a cidade de Niterói torna-se capital da Província Fluminense, em 1835 (Ribeiro, 2001).

À medida que o Império se consolidava, surgia um novo produto-rei na economia fluminense: o café. Essa nova cultura de base exportadora começa o seu trajeto na cidade do Rio de Janeiro, mais precisamente no Maciço da Carioca, nas encostas de Jacarepaguá, além dos Maciços da Pedra Branca e Mendanha. O produto foi plantado em várias áreas do território fluminense, embora não tenha obtido o resultado esperado, em decorrência da declividade do terreno e das condições climáticas. Contudo, a maior expressão cafeeira da antiga província iria ocorrer quando, a partir do Mendanha, a rubiácea atinge São João Marcos (parte do atual município de Rio Claro), Piraí e Resende, chegando, portanto, ao Vale do Paraíba, em seu trecho médio.

O café, no Médio Paraíba Fluminense, teve seu plantio expandido para várias direções. Cultivado ao norte, em Entre Rios (atual município de Três Rios), seguiu para Nova Friburgo e Cantagalo, na Região Serrana, e terminou sua expansão em Itaocara e São Fidélis, avançando na direção da Zona da Mata Mineira e do Espírito Santo.

As encostas foram ocupadas com cafezais e o fundo dos vales com as sedes das fazendas e instalações de beneficiamento do produto. Atualmente, muitas dessas fazendas, principalmente aquelas localizadas no Médio Paraíba, nos municípios de Vassouras, Valença, Paraíba do Sul, entre outros, estão sendo resgatadas para a atividade turística, a partir de um processo de refuncionalização.

Os elementos históricos na paisagem, muitos deles frutos das atividades econômicas desenvolvidas em território fluminense, representam importantes marcos no processo de ocupação e que hoje podem ser resgatados como ele-

mentos da cultura e da memória de um povo, constituindo-se em vetores das diferentes modalidades de turismo.

Tais elementos históricos tiveram sucesso graças ao papel dos transportes e à sua evolução, devido às técnicas que foram sendo desenvolvidas.

O papel dos transportes

Os transportes são importantes aliados para o desenvolvimento da atividade do turismo. Esses sistemas de engenharia são relevantes, pois promovem a rapidez dos deslocamentos e das comunicações.

Para o Estado do Rio de Janeiro, os transportes tiveram papel preponderante no que diz respeito à expansão do turismo interno, primeiramente com a difusão das estradas de ferro, à partir de 1854, e impulsionadas com o esplendor da cultura cafeeira, a partir de 1870, e logo após – principalmente – com o advento das rodovias, iniciadas no final da década de 1940.

As rodovias tiveram papel vital para a expansão do turismo em território fluminense, concretizando-se notadamente a partir da década de 1970 com a construção da Ponte Presidente Costa e Silva, que liga as duas principais cidades do estado, Rio de Janeiro e Niterói. Outro fator importante foi a abertura da BR-101, assim como a duplicação das rodovias Presidente Dutra (BR-116) e Washington Luís (BR-040), que levam a capital do Estado do Rio de Janeiro às cidades mineiras de Juiz de Fora e Belo Horizonte.

Com a implantação da BR-101 em território fluminense – além da construção da Ponte Rio-Niterói, finalizada em 1974 –, a tendência foi haver uma expansão da atividade turística em direção ao litoral sul (Costa Verde) e ao litoral norte (Costa do Sol). Esses são dois grandes vetores de expansão do turismo litorâneo, secundados pela BR-116 (Rodovia Presidente Dutra) que corta a região do Vale do Paraíba.

A duplicação e a melhoria desses eixos de transporte contribuíram de forma positiva para o desenvolvimento da atividade turística em terras fluminenses, principalmente para os municípios localizados fora da metrópole – tanto os litorâneos como os do interior. Tal fato, associado aos condicionantes históricos e a outros elementos (como o quadro natural diversificado), possibilitou a difusão da atividade turística por alguns municípios fluminenses, tornando-os verdadeiros lugares para o consumo.

Com isso, no próximo segmento, relacionaremos a influência dos elementos apresentados com os tipos de turismo praticados nas Baixadas Litorâneas fluminense, objetivando caracterizar essa atividade a partir das estratégias e políticas adotadas pelo poder público.

Institucionalização turística, tipologias e categorização dos municípios do estado do Rio de Janeiro

A atividade turística apresenta grande destaque quando tratamos do estado do Rio de Janeiro, muito em função da fama e simbolismo que tem a capital, com pontos turísticos conhecidos mundialmente, como o Pão de Açúcar, o Cristo Redentor, a praia de Copacabana, o estádio do Maracanã, entre tantos outros. De acordo com Fratucci (2005, p. 82), "o Rio de Janeiro sempre foi, e continua sendo, o estado brasileiro onde a atividade turística apresenta dimensões mais marcantes, tanto para a sua economia quanto para sua estrutura sociocultural". Porém, a atividade também apresenta dinamicidade no interior, o que é destacado por esse autor, quando diz que o estado

> tem no turismo um dos suportes de desenvolvimento mais importante, apresentando sobreposto ao seu território uma rede bastante ampla de nós/lugares turísticos, interligadas por uma extensa malha de rodovias, hidrovias, ligações aéreas (a malha ferroviária existente praticamente não é utilizada pelo sistema turístico) e de uma complexa rede de comunicações.

O discurso oficial corrobora com o autor, visto que o *Caderno de Turismo do Estado* destaca a atividade turística como influenciada pela vasta diversidade de paisagens, características topográficas e climáticas, além das singularidades culturais encontradas no estado do Rio de Janeiro. Em seguida, alerta sobre a importância que representa para alguns municípios e o estado de maneira geral, destacando que tais práticas muitas vezes surgem de potencialidades até então pouco exploradas em características peculiares a cada município (Gomes, 2010).

É na década de 1960 que tem início o ordenamento territorial a partir do turismo no estado do Rio de Janeiro, visto que nesse período começa a haver uma preocupação institucional em relação à atividade, com a criação do Instituto Brasileiro de Turismo (atual Embratur), em nível nacional, e da Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro (Flumitur), segundo Fratucci

(2005). Já nos anos 1970, começa a ser mais evidente o processo de interiorização da atividade, muito em função da fusão dos estados da Guanabara e do Rio de Janeiro em 1975, o que ocasionou a transferência da sede da Flumitur de Niterói para o Rio de Janeiro, passando a desenvolver ações que tinham como enfoque principal o interior, já que o turismo da capital era gerido pela Riotur (Fratucci, 2005).

Buscando evidenciar tal preocupação dos agentes públicos no desenvolvimento turístico do interior, selecionamos a definição de Cabo Frio como centro turístico nacional, de acordo com a Embratur, na década de 1980. Nessa mesma década, foi desenvolvido o plano indutor de investimentos turísticos na Região dos Lagos, do Governo do Estado do Rio de Janeiro com apoio do governo da Catalunha. Fratucci (2005, p. 91), tece considerações a respeito das razões para elaboração e objetivos do plano:

> A justificativa para a elaboração desse plano estava calcada em um diagnóstico do turismo brasileiro da época, que apontava para o fato de, apesar da forte demanda potencial (nacional e internacional) existente, o Rio de Janeiro não oferecer um produto turístico coerente e compatível com as exigências do mercado. Segundo relatórios da época, esse desajuste era causado pela ausência de uma política de turismo específica para um segmento de mercado, o que demonstrava a ausência de um produto turístico altamente qualificado e competitivo internacionalmente. A escolha da Região dos Lagos do Rio de Janeiro baseou-se na sua proximidade com a cidade do Rio de Janeiro e com o Aeroporto Internacional (média de 60km); nas características fisiográficas locais: grande extensão do litoral, clima tropical, baixo índice pluviométrico e inverno com temperaturas médias em torno de 20.º C; na sua topografia ideal para implantação de campos de golfe e, nas características culturais dos seus centrosurbanos.

À época, foram elaboradas diversas propostas para aplicação do plano, porém uma série de dificuldades políticas o inviabilizaram, como alterações nas legislações municipais quanto ao uso do solo, a ausência de recursos financeiros suficientes e a eleição estadual, que colocou no poder um novo governo (Fratucci, 2005).

Silva (2008, p. 272) ressalta os resultados obtidos recentemente pelos municípios do Rio de Janeiro que tem o turismo como principal atividade, pois "há algum tempo podem ser relacionados entre os que apresentam as maio-

res taxas de crescimento, o que, de maneira geral, só confirma uma tendência mundial nesse sentido". Porém, há no estado do Rio de Janeiro uma variedade considerável de tipologias relacionadas ao turismo, contribuindo decisivamente para o crescente número de visitantes, uma vez que há opções para os mais variados públicos.

Cumpre fazer referência que, além das políticas na escala nacional e estadual, não podemos deixar de mencionar as respectivas Secretarias Municipais de Turismo ou órgãos similares. Essas secretarias desenvolvem políticas específicas com relação aos atrativos e atividades que conferem singularidades aos municípios turísticos. Incentivam, por meio do marketing, calendários e *folders*, promovendo a atividade em questão. Podemos exemplificar, na região das Baixadas Litorâneas, o município de Armação dos Búzios, que procura difundir uma imagem relacionada aos aspectos da natureza, especialmente os ambientes de praia. Outro exemplo é a Costa Verde, que difunde uma imagem de paraíso em seus prospectos como uma forma de "vender" esse trecho do litoral sul fluminense com suas belezas naturais.

Para inserir uma discussão a respeito das tipologias da atividade turística no estado do Rio de Janeiro, cabe recorrer a Ribeiro (2003). Ele destaca três fatores que acabam condicionando o desenvolvimento dessa atividade nos municípios fluminenses, que seriam: as suas características físicas e/ou naturais; os elementos culturais formados a partir da história; e a atuação fundamental dos transportes, alicerçada nas rodovias, como já abordado na primeira parte deste artigo.

Tratando diretamente dos modelos desenvolvidos em território fluminense, serão empregadas como referências as tipologias indicadas por Ribeiro (2003) e as classificações de áreas turísticas do estado do Rio de Janeiro, segundo o Núcleo de Estudos de Geografia Fluminense (NEGEF, 2010).

Ribeiro (2003) usa o *Guia Quatro Rodas* da Editora Abril (1999) para fundamentar sua argumentação a respeito das localidades classificadas como de função turística, utilizando ainda, para a elaboração da tipologia, outros dois elementos, a saber: as atrações e os diferentes tipos de hospedagem. Após considerar tais fatores, o autor elaborou a tipologia a partir de cinco grandes tipos, acrescendo ainda as localidades de apoio. Os tipos seriam: 1) Litorânea; 2) Histórica/Rural; 3) Rural/Ecológica/Aventura; 4) Estância/Rural; e 5) Cultural/Rural. Cabe ainda ressaltar que os tipos 1 e 3 apresentam sub-tipos (quadro 1).

Essa tipologia, apesar de ser do final do século XX e por isso precisar de novos ajustes, ainda possui validade.

O Ministério do Turismo (2015), por sua vez, categorizou os municípios fluminenses de acordo com o desempenho econômico de cada um destes no setor, classificando-os de "A" a "E". Pelo quadro 2, procuramos destacar aqueles que apresentaram resultados mais expressivos, evidenciando a consolidação do turismo como importante atividade econômica.

Quadro 1 – Tipologia das funções turísticas no estado do Rio de Janeiro

TIPOS (FUNÇÕES)	SUB-TIPOS
Litorânea	Diversificada Praia-Náutica/Rural Praia-Náutica Praia-Náutica/Histórica
Histórica/Rural	
Rural/Ecológica/Aventura	3.1- Diversificada 3.2- Rural 3.3- Rural/Ecológica/Aventura
Estância/Rural	
Cultural/Rural	
Apoio ao Turismo	

Fonte: *Guia Quatro Rodas*, Brasil. São Paulo: Editora Abril, 1999. Elaborado por RIBEIRO, Miguel Angelo, 2000-01.

Quadro 2 – Municípios do estado do Rio de Janeiro inseridos na categoria "A" na categorização turística do Brasil[3]

MUNICÍPIO	REGIÃO TURÍSTICA
Angra dos Reis	Costa Verde
Armação dos Búzios	Costa do Sol
Cabo Frio	Costa do Sol

3 Instrumento elaborado pelo Ministério do Turismo para identificar o desempenho econômico no setor para os municípios que constituem o Mapa do Turismo Brasileiro. A categoria "A" representa os municípios com maior fluxo turístico e maior número de empregos e estabelecimentos formais no setor de hospedagem.

Paraty	Costa Verde
Rio de Janeiro	Metropolitana

Fonte: Ministério do Turismo, 2015. Elaborado por Nunes (2016).

A partir do quadro 2, Costa (2010, p. 82) afirma algo já diagnosticado, que a sociedade atual tem nos ambientes naturais os principais polos de atração turística. Prossegue analisando especificamente a praia, visto que, segundo ele, esta

> é potencialmente turística por dois motivos básicos: a segurança que esse ambiente confere, com suas reentrâncias e o seu imenso e belo horizonte, que suscita nos seres humanos o sentimento de aventura. Importante ressaltar que a praia também permite uma fusão entre atividades econômicas e recreativas, portanto constitui também um ambiente de fixação populacional.

Após a apresentação das funções turísticas e da categorização dos municípios do estado, no próximo segmento discutiremos o turismo a partir de municípios específicos, evidenciando aspectos relacionados à inserção da atividade e do cenário verificado atualmente.

O papel do turismo nos municípios de Angra dos Reis, Paraty, Armação dos Búzios, Cabo Frio e Rio de Janeiro[4]

Buscando finalizar este artigo sobre a dimensão espacial da atividade turística no estado do Rio de Janeiro, abordaremos a temática a partir dos municípios inseridos na categoria A da classificação do Ministério do Turismo, visto que estes são os de maior destaque na escala nacional, conforme variáveis indicadas na nota de rodapé 1 deste artigo.

No caso de Angra dos Reis, destacamos o processo de ocupação do território que atualmente delimita o município, extremamente vinculado ao processo de colonização do país, com a chegada dos portugueses em seu litoral em um primeiro momento e posterior ocupação do interior. Em função das condições propiciadas pelo sítio, a denominada Baía da Ilha Grande exerce im-

[4] A ordem dos municípios corresponde às Regiões de Governo da Costa Verde (Angra dos Reis e Paraty), das Baixadas Litorâneas (Armação dos Búzios e Cabo Frio) e o município do Rio de Janeiro, núcleo da Região Metropolitana.

portante função portuária para escoamento de ouro vindo de Minas Gerais. Posteriormente, o município teve na produção cafeeira sua principal atividade econômica.

No final dos anos 1970, Angra dos Reis é escolhida como sede de importantes projetos, como ressalta Corrêa (2010), e são exemplificados o estaleiro Verolme e as Usinas Nucleares Angra I e II, que contrastam com a atividade turística, empreendimento que proporciona a chegada de fluxos cada vez maiores ao município da Costa Verde fluminense, com a construção da Rodovia Rio-Santos na referida década.

Tratando dos elementos angrenses atrativos aos turistas, Corrêa (2010, p. 118) aponta que

> Angra dos Reis é internacionalmente conhecida por seus recursos naturais, como as 365 ilhas e as duas mil praias exaustivamente mencionadas em sites e panfletos encontrados em estabelecimentos turísticos do município e de outras localidades. A condição atribuída de paraíso natural, assim como a ideia construída acerca de sua vocação turística se apresentam como alguns dos argumentos que impulsionam o setor de turismo na localidade.

Para além do distrito sede, destaca-se também o distrito de Ilha Grande. Nas palavras de Costa (2012, p. 104)

> o turismo se aproveita da beleza cênica da Ilha Grande para permanecer, ainda hoje, como principal atividade econômica deste distrito fluminense. A Ilha Grande segue a orientação turística do seu município de origem, Angra dos Reis, que é pautada na concretização do ambiente náutico.

Entretanto, é necessário ressaltar o caráter segregador do turismo nesse caso, uma vez que é possível observar o desenvolvimento da atividade em áreas específicas da ilha, com a desvalorização de áreas outrora importantes economicamente, como aquelas ocupadas por população caiçara (Costa, 2012).

Na mesma região de governo (a Costa Verde), está situado o município de Paraty. O caso desse município reflete o cenário verificado em diversos outros no Brasil, onde o turismo apresenta-se como responsável por transformações espaciais que afetam significativamente a sociedade.

Paraty, assim como Angra dos Reis, no século XVII, serviu como entreposto para escoamento aurífero, e posteriormente exerceu a mesma função para a produção cafeeira. Após tais atividades econômicas, o município retorna no fim do século XX ao grande circuito da economia brasileira por meio do turismo, conforme destaca Silva (2008). Ainda segundo esse autor, a atividade ocasionou inúmeras transformações no município, notadamente no que tange à especialização de serviços, restaurantes e pensões.

A primeira leva de turistas em Paraty era composta pelos chamados *hippies,* que praticavam o chamado turismo "mochileiro", caracterizado por acampamentos ou hospedagem de baixo custo. Porém, Silva (2008) afirma que a dimensão do turismo nesse município da Costa Verde é alterada na década de 1970, com a chegada da classe média a Paraty, facilitada pela abertura da Rodovia Rio-Santos.

Atualmente, a Secretaria de Turismo de Paraty aponta um calendário anual bastante diversificado (ilustração 1) para atender a diferentes segmentos de visitantes, destacando-se como ponto alto a FLIP (Festa Literária Internacional de Paraty), que ocorre no mês de julho, e o Festival da Cachaça, Cultura e Sabores de Paraty.

Ilustração 1 – Calendário anual de eventos de Paraty

CIDADE DOS FESTIVAIS

JANEIRO
1 - Réveillon

FEVEREIRO
9 a 13 - Carnaval
28 - Aniversário da Cidade de Paraty

MARÇO
11 - Mini Maratona
16 a 18 - Fest Juá
25 a 31 - Semana Santa
29 a 1/4 - Encontro de Ceramistas

ABRIL
6 e 7 - UB 515
13 a 15 - Beach Tennys
*Festival Estações Musicais

MAIO
11 a 20 - Festa do Divino Espírito Santo
25 a 27 - Bourbon Festival Paraty
31 - Corpus Christi
*Festival Estações Musicais

JUNHO
1 a 3 - Festival do Camarão
22 a 1/7 - Festa de São Pedro e São Paulo
*Festival Estações Musicais

JULHO
6 a 15 - Festa de Santa Rita
14 e 15 - Copa do Mundo
25 a 29 - Flip- Festa Literária Internacional de Paraty
*Festival Estações Musicais

AGOSTO
16 a 19 - Festival da Cachaça, Cultura e Sabores de Paraty
30 a 8/9 - Festa de Nossa Senhora dos Remédios
*Festival Estações Musicais

SETEMBRO
13 a 16 - Festival Aves de Paraty
19 a 23 - Paraty em Foco
22 a 30 - Encontro SESC de Cinema de Animação
28 a 30 - MIMO Paraty
*Festival Estações Musicais

OUTUBRO
18 a 21 - Paraty Eco Festival
*Festival Estações Musicais

NOVEMBRO
9 a 11 - Folia Gastronômica de Paraty
9 a 18 - Festa de São Benedito e N. S. do Rosário
16 a 18 - Cultura Negra
20 a 25 - ÀWA Festival SESC da Cultura Negra
*Festival Estações Musicais

DEZEMBRO
1 e 2 - X Terra
31 - Réveillon

JGLcomunicação

Fonte: Secretaria de Turismo de Paraty, 2018.

Para concluir a abordagem acerca de Paraty, é fundamental regressar à década de 1950, quando seu conjunto histórico foi tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. A beleza arquitetônica característica do Brasil colonial atrai, até os dias atuais, importantes fluxos turísticos, além de seus parques, reservas ecológicas e praias.

Quanto a Armação dos Búzios, possui história mais recente enquanto município emancipado, mas o processo de ocupação de seu território é extremamente antigo, visto que, antes da chegada dos portugueses, já habitavam seu

território tribos indígenas. Após a inserção portuguesa, o atual município de Armação dos Búzios verifica uma exploração econômica vinculada a atividade do pau-brasil.

Posteriormente, o século XVIII é marcado pela pesca de baleias na enseada de Armação dos Búzios, prática que perduraria até 1767, quando a presença do animal já era rara.

No que diz respeito ao turismo, o município é conhecido internacionalmente, tendo a década de 1960 como marco inicial do início do desenvolvimento mais destacado da atividade turística, em função da presença da atriz francesa Brigitte Bardot na então vila de pescadores ainda pertencente ao município de Cabo Frio (Nunes, 2017).

Atualmente, a atividade turística é a de maior destaque na economia desse município localizado nas Baixadas Litorâneas. As áreas valorizadas pelos turistas são especialmente suas praias, responsáveis diretas pela classificação do município na categoria A do Ministério do Turismo, confirmando a relevância da atividade para sua economia, bem como a expressividade municipal não apenas nos contextos regional e estadual, mas também em âmbito nacional.

Por meio do trabalho de campo realizado no ano de 2016, foi possível verificar uma busca pela manutenção do perfil turístico municipal, com a atuação dos agentes promotores, sejam eles oriundos do setor público ou da esfera privada. Há uma tentativa de romantizar os atrativos/paisagens do município pela associação entre linguagem e imagem na criação de representações que cativem o observador. Frases como "a natureza convida você e sua família para um encontro inesquecível" e "desfrute dos pequenos paraísos iluminados pelo sol e bordados pelo mar" são acompanhados de imagens fotográficas diversas, mas onde predominam as relacionadas aos ambientes de praia (foto 1).

Foto 1 – Material publicitário referente a Armação dos Búzios

Fonte: Secretaria de Turismo de Armação dos Búzios, s. d.

No caso de Cabo Frio, cabe destacar que desse município se emanciparam diversos outros que compõem a região de governo das Baixadas Litorâneas, na qual este exerce um papel de centralidade que perdura até os dias atuais. Já a região observou, desde a década de 1970, um incremento econômico e populacional em função especialmente da melhoria das condições de acesso a partir da Região Metropolitana. Na década de 1990, emerge ainda o setor petrolífero, com destacada influência na região, visto que quatro de seus municípios (Armação dos Búzios, Cabo Frio, Casimiro de Abreu e Rio das Ostras) estão na denominada Zona de Produção Principal (Nunes, 2015).

Barcellos (2016) afirma que o desenvolvimento econômico de Cabo Frio ocorreu historicamente a partir de recursos oriundos da pesca e da produção salineira, havendo uma modificação desse cenário a partir da fusão entre os estados da Guanabara e do Rio de Janeiro, em 1975, pois foram criados planos de integração para o território fluminense, incluindo eixos rodoviários que articulassem o recém criado estado do Rio de Janeiro. Com essas novas condições de

acesso e incentivos econômicos diversos, "o turismo torna-se atividade marcante" (Barcellos, 2016, p. 28).

De acordo com a Secretaria de Turismo, no ano de 2016 o número de turistas que chegaram a Cabo Frio na chamada alta temporada ultrapassou 800 mil pessoas, o que representa cerca de quatro vezes o tamanho da população local. O município é ainda importante exemplo para a análise do fenômeno da segunda residência em território fluminense, pois de acordo com o IBGE (2010), 33% dos domicílios desse município eram de uso ocasional.

Em relação à capital fluminense (a cidade do Rio de Janeiro), verificamos que nas últimas décadas há uma preocupação crescente na valorização e criação de elementos a serem vendidos externamente, pautando a atuação do poder público especialmente na reestruturação urbana que se apoia nos megaeventos esportivos sediados pela cidade. Barre (2013, p. 46) entende que

> os megaeventos seriam então o pretexto para repensar, planejar e executar uma transformação profunda da cidade do Rio, afim de urgentemente fazer dela uma cidade 'de fluxos', 'global', 'cosmopólita', 'inteligente', 'criativa', 'tecnológica', 'festiva', 'sede' (*host city*), e talvez, sobretudo, afinal, '(ainda mais) atrativa'.

Entre os anos de 2007 e 2016, o Rio de Janeiro sediou três dos principais eventos esportivos mundiais: os Jogos Pan-Americanos, a Copa do Mundo de Futebol e as Olimpíadas de verão. Estes ocasionaram a criação de variados fixos ligados ao esporte no espaço urbano carioca, como o Estádio Olímpico João Havelange (posteriormente renomeado para Estádio Olímpico Nilton Santos), o Parque Aquático Maria Lenk, a Arena Multiuso, o Complexo esportivo de Deodoro, diversas instalações que compõem o Parque Olímpico, entre outros; além de intervenções sobre a aparência de elementos que fazem parte da paisagem carioca há décadas, como as reformas pelas quais passou o estádio do Maracanã. Cumpre fazer referência que muitos desses empreendimentos estão abandonados e sem utilização no momento atual, principalmente aqueles localizados na zona oeste carioca, mais precisamente na Barra da Tijuca, bairro que teve instalações importantes para os Jogos Pan-Americanos de 2007 e os Jogos Olímpicos de 2016.

Associados a outros elementos, como a predisposição do quadro natural, os elementos históricos e a evolução dos transportes, a cidade do Rio de Janeiro constitui-se como um dos principais destinos brasileiros segundo classificação do

Ministério do Turismo (2015), que a inclui na categoria A, juntamente com outros cinquenta municípios brasileiros. Ribeiro (2003), ao desenvolver a tipologia das localidades com atividades turísticas e de apoio, insere a capital fluminense no tipo (função) litorânea e subtipo diversificada, caracterizada por englobar diversas modalidades de turismo. Essas duas categorizações evidenciam, portanto, a variedade da oferta e importância adquirida pela atividade turística para a economia carioca ao longo do período selecionado.

Fratucci (2005) apresenta tentativas de desenvolvimento do turismo, sendo válido ressaltar algumas daquelas que inserem a cidade do Rio de Janeiro em seu recorte, como o Projeto Turis (1973-75); a identificação do espaço turístico estadual (1979-81), proposta realizada pela EMBRATUR e desenvolvida no Estado do Rio de Janeiro pela FLUMITUR; a Campanha Cidades Maravilhosas do Estado do Rio de Janeiro (1988-90), estabelecida pela TurisRio; o Plano Diretor de desenvolvimento de polos de turismo náutico (1988-90); o Plano Diretor de Turismo do Estado do Rio de Janeiro (1997-01). Mais recentemente, verificamos a proposição de campanhas como "Rio de Janeiro a Janeiro" – realizada pela parceria entre a prefeitura municipal, o Governo Federal e empresários, tendo como foco o aumento do fluxo de turistas por intermédio da exposição do potencial turístico da cidade.

As iniciativas apresentadas constituem algumas das propostas estabelecidas pelo poder público para a gestão do turismo, pautando-se muitas vezes em recortes espaciais amplos, mas que incluem a cidade Rio de Janeiro.

A partir do que foi exposto, procuramos evidenciar algumas práticas e localidades privilegiadas pelos fluxos turísticos em território fluminense, cabendo ressaltar, entretanto, que há diversos outros municípios e tipologias de imensa representatividade para o segmento no contexto estadual, mesmo que não classificadas como de nível A pelo Ministério do Turismo.

Arremates

O território fluminense tem, nas atividades de lazer, grande importância no que diz respeito a seu desenvolvimento social e econômico, principalmente quando tratamos das atividades relacionadas ao turismo, sendo o referido recorte espacial uma das unidades federadas de maior importância para a promoção do Brasil enquanto destino de visitantes nacionais e estrangeiros.

Pudemos constatar a relevância de elementos, como a história dos municípios e as atividades econômicas neles desenvolvidas; a melhor acessibilidade ao interior, especialmente por meio da construção e melhorias de rodovias que ligam a metrópole ao interior, a partir da década de 1970; e o elemento físico/natural, imensamente valorizado por agentes promotores e consumidores do turismo quando tratamos do recorte espacial em tela.

Apesar da representatividade da capital estadual, exacerbada após a realização de megaeventos esportivos neste século 21, também identificamos diversos municípios do interior que conseguiram usufruir de suas possibilidades turísticas, como são os casos de Armação dos Búzios, Cabo Frio, Paraty e Angra dos Reis. Estes, de acordo com o Ministério do Turismo, são municípios nos quais o turismo apresenta maior grau de desenvolvimento dentro do estado, estando entre os cinquenta no país que se encaixam nas especificações necessárias para compor a categoria A da classificação já indicada.

Mas, mesmo tratando de uma atividade que traz divisas em nível estadual e municipal, os órgãos competentes em diferentes instâncias poderiam elaborar políticas mais eficientes que permitissem a inclusão de maior parte da população local, oferecessem incentivo educacional e qualificação da mão de obra, e promovessem infraestrutura e empreendimentos mais adequados, além de uma melhor localização, não copiando modelos de países e cidades centrais (caso de modelos europeus), que muitas vezes não se adequam às realidades locais e excluem a população. Tais questões discutiremos em uma outra oportunidade.

Referências

BARBOSA, T. P. e SILVA, O. V. "Origens e significados do lazer". In *Revista Científica Eletrônica de Turismo,* ano III, n. 14, Rio de Janeiro, 2011.

BARCELLOS, C. M. *Mobilidade urbana: efeitos causados pelo turismo de massa no município de Cabo Frio* (monografia). Universidade Federal Fluminense, 2016.

BARRE, J. L. "Choque de futuro: o Rio dos megaeventos". In *Revista O Social em Questão,* ano XVI, n. 29, pp. 43-68, Rio de Janeiro, 2013.

CIDE. *Estado do Rio de Janeiro: território*. Rio de Janeiro: CIDE, 1997.

CORRÊA, R. S. “Diferentes territórios, territorialidades divergentes: os territórios do turismo em Angra dos Reis (RJ)”. In MARAFON, G. J. e RIBEIRO, M. A. (orgs.). *Revisitando o Território Fluminense III*. Rio de Janeiro: Gramma, 2010, pp. 113-34.

COSTA, R. O. “A (re)produção do lugar turístico aliado à lógica dos ambientes de atração permanente: o exemplo da expansão do fenômeno do Ecoturismo na Ilha Grande – Angra dos Reis (RJ)”. In MARAFON, G. J. e RIBEIRO, M. A. (orgs.). *Revisitando o Território Fluminense III.* Rio de Janeiro: Gramma, 2010, pp. 77-88.

______. “A paisagem como recurso capitalista para o Turismo: o exemplo de apropriação da paisagem da Ilha Grande – Angra dos Reis/RJ”. In MARAFON, G. J. e RIBEIRO, M. A. (orgs.). *Revisitando o Território Fluminense IV*. Rio de Janeiro: Gramma, 2012, pp. 91-110.

FRATUCCI, A. C. “A formação e o ordenamento territorial do turismo no estado do Rio de Janeiro”. In BARTHOLO, R. et al. (orgs.). *Turismo e sustentabilidade no Estado do Rio de Janeiro.* 1 ed. Rio de Janeiro: Garamond, v. 1, 2005, pp. 81-109.

GOMES, J. C. (org.). *Caderno de turismo do Estado do Rio de Janeiro: passaporte para o desenvolvimento do Estado*. Rio de Janeiro: Fecomércio, 2010.

IBGE. *Censo Demográfico*, 2010.

MARAFON, G. J. et al. *Geografia do Estado do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Gramma, 2011.

MENOIA, T. R. M. *Lazer: história, conceitos e definições* (monografia). UNICAMP, 2000.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Categorização dos municípios das Regiões Turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro*. Brasília, 2015.

MOTA, C. G. e LOPEZ, A. *História do Brasil: uma interpretação*. São Paulo: Senac, 2016.

NEGEF. "Caderno de Turismo: apoio à orientação da atividade turística no Estado do Rio de Janeiro". In: MARAFON, G. J. e RIBEIRO, M. A. (orgs.). *Revisitando o Território Fluminense III*. Rio de Janeiro: Gramma, pp. 9-24, 2010.

NUNES, N. S. *Transformações nas dinâmicas populacional e econômica a partir dos impactos dos royalties petrolíferos no município de Casimiro de Abreu-RJ*.(monografia). UERJ, 2015.

______. *Imagem e representações nos cartões-postais: a paisagem dos municípios de Armação dos Búzios, Casimiro de Abreu e Saquarema, na região das Baixadas Litorâneas* (dissertação). UERJ, 2017.

RAHY, I. S. "Povoamento do Estado do Rio de Janeiro". In *GEOUERJ*. n. 6, pp. 37-43, Departamento de Geografia, UERJ, Rio de Janeiro, 1999.

RIBEIRO, M. A. *Considerações sobre o espaço fluminense: estrutura e transformações* (mimeo). Departamento de Geografia: UERJ, 2001.

______. "Turismo no Estado do Rio de Janeiro: ensaio de uma tipologia". In *GEOgraphia*, ano V. n. 10, 2003, pp. 79-91.

SILVA, G. J. "O turismo histórico como vetor de desenvolvimento socioeconômico em Paraty: estratégias, limitações e reflexos no urbano". In MARAFON, G. J. e RIBEIRO, M. A. (orgs.). *Revisitando o Território Fluminense II*. Rio de Janeiro: Gramma, 2008, pp. 263-86.

Turismo rural: o exemplo do Brasil

Valéria Maria de Souza Lima[1]
Glaucio José Marafon[2]

Introdução

A diversidade geomorfológica, ambiental, paisagística e cultural do território brasileiro propicia grande valor turístico, capaz de atender a diferenciados segmentos e motivações. Nesse contexto, destaca-se como potencial ainda a ser melhor compreendido o turismo que decorre da experiência vivenciada no campo, em especial daquela relacionada às atividades que encontram interface com práticas rurais e na natureza que não são, essencialmente, consideradas turísticas. Encontram-se, nesse âmbito, os pequenos produtores de orgânicos e de flores, os apiários, os microfabricantes de queijos e doces, além dos organizadores de eventos que reproduzem manifestações fortalecedoras das culturas locais e regionais. Estes são exemplos, entre outros, de como o turismo se evidencia no espaço rural, traduzindo-se em possibilidade de complementação de renda para os que dele se apropriam e sinalizando, em alguns casos, como novas marcas de destinos.

Entretecendo uma teia de esperança para enfrentar a crise econômica, sociocultural e ética que tomou o país nos últimos tempos, o turismo no espaço rural ressurge no cenário de alguns estados brasileiros como mais uma oportunidade para repensar não só práticas, mas, sobretudo, valores. Nesse âmbito, assiste-se à retomada de projetos que se apoiam nos sinais de despertamento de ofertas estimuladas pela sensação de autoestima e pertencimento, e no interesse crescente de demandas ávidas por um espaço que congregue natureza, sossego e segurança – o campo.

Contudo, esse espaço parece ser ainda pouco compreendido ou percebido em suas nuances e particularidades, apresentando-se, portanto, desqualifica-

[1] Secretária de Estado de Turismo. Doutoranda do PPGEO/UERJ. E-mail: vmslima@gmail.com.

[2] Professor Associado IGEOG/UERJ. Pesquisador CNPq/CNE. E-mail: glauciomarafon@hotmail.com.

do para receber bem um turista contemporâneo, ansioso e estressado, desejoso de experiências sinceras, de trocas verdadeiras e de novas e simples descobertas, mas com algum conforto e acesso a facilidades.

Esse movimento de retomada do rural no contexto do mercado turístico estimula a reflexão sobre o comportamento das políticas públicas no Brasil, a partir das novas premissas e metas destacadas no Plano Nacional de Turismo – 2018/2022, aprovado pelo Decreto n.º 9.791/19.

Cabe revisar, em alguma medida, o panorama do turismo no espaço rural do país, abrindo caminhos para pensar as forças e fragilidades desse segmento diante do quadro socioeconômico nacional, das novas demandas turísticas e do papel das políticas públicas nesse contexto. Destarte, nesse artigo, pretendemos evidenciar como o turismo rural vem se estruturando no país, com a emergência das novas ruralidades no campo e sua apropriação pelo segmento do turismo, a partir de exemplos que acorrem no território brasileiro.

O campo e as novas ruralidades

As reflexões sobre o turismo rural no Brasil solicitam antes uma melhor compreensão sobre a que rural nos referimos, quanto mais em tempos de mudanças globais e locais aceleradas, com implicações irrevogáveis, mas particulares, nos cenários social, ambiental, cultural e econômico dos lugares.

No esforço para clarear a observação deste fenômeno, o turismo rural, cabe trazer um pouco de luz às relações entre capital e trabalho e suas implicações no campo e, em especial, na produção agrícola familiar. Nesse aspecto, Schneider (2003) nos apresenta a pluriatividade como a manifestação mais expressiva das novas funções assumidas pelo espaço rural.

Se no período fordista parecia bem delineada e definida a função do produtor agrícola, nos tempos atuais o espaço rural se abre cada vez mais a novas possibilidades e arranjos, abrigando múltiplas atuações.

Schneider (2003) apoia a tese que evidencia a pluriatividade como elemento essencial de uma nova realidade no campo em debates da Sociologia da Agricultura, concordando com os estudos de C. Kasimis e A. G. Papadopoulos (apud Schneider, 2003) acerca dos processos de "rurbanização" integrantes da "des-agricultura" e da reestruturação do mundo rural.

Os anos 1990 acenariam, assim, com uma espécie de "nova ruralidade", apresentada pelo encolhimento das produções agrícolas associado a estratégias

de integração socioeconômica das populações rurais, que passam a encontrar respostas na expansão de novas atividades em que se inclui o turismo.

Reforçando a nova ruralidade, as tendências de consumo alargam-se para o desejo de aquisições materiais e imateriais no universo do folclore, das festas, da gastronomia, do artesanato, da paisagem e da apropriação da natureza. Considerando que o turismo rural no Brasil movimenta fluxos regionais ou nacionais, vale observar o surgimento de novas orientações, motivações e hábitos de viagem dos brasileiros (MTur, 2009), para estabelecer relações com as especificidades da segmentação turística.

Nessa lógica, surge outra perspectiva de espaço e tempo na configuração do rural, que transborda dos objetos reconhecidos como rurais e agrícolas, e traz a atenção para que não se perca a conexão daqueles com as novas formas de apropriação do espaço rural.

É evidente que esse fenômeno é diverso em formas e lugares, expressando-se com maior ou menor vigor em certos territórios.

No exemplo do Brasil, Graziano da Silva (2002) apresenta o novo rural a partir das seguintes influências:

I. A modernização da agropecuária e o surgimento do *agribusiness*;
II. A expressão de diversas atividades de subsistência que transitam pela agricultura rudimentar e pela criação de pequenos animais, decorrente da exclusão de trabalhadores rurais do processo de modernização;
III. A expansão das funções não agrícolas que resultam em atividades industriais e serviços relacionados a moradia e lazer;
IV. A valorização de atividades agropecuárias em nichos específicos de mercado, tais como piscicultura, horticultura, floricultura etc., e de atividades rurais não agrícolas que decorrem da urbanização do espaço rural, e que se relacionam com turismo, lazer, moradia, preservação ambiental etc.

Essas novas atividades rurais advindas desse contexto, sejam agrícolas ou não agrícolas, intensivas e de pequena escala, propiciam o surgimento de oportunidades para pequenos produtores, fazendo emergir as famílias pluriativas. Estas ocupam-se de atividades agrícolas, não agrícolas e, até mesmo, urbanas, dentro e fora de seus estabelecimentos, com funções assalariadas ou empreendedoras.

Cristóvão et al. (2014) destacam que diante de novas, ou pós-ruralidades, como designam os anglo-saxões, há um encontro dos turistas não só com os residentes rurais, mas também com os chamados neorrurais, antigos moradores que regressam às suas cidades de origem ou moradores recém-chegados, ambos em busca de melhor qualidade de vida. Disto resultaria a importância de observar o rural sob a ótica de alargamento, globalização e urbanização territorial. Nessa redefinição do rural sob o enfoque contemporâneo, interviriam os neorrurais, os novos camponeses e os rurbanos também com contribuições ideológicas de renaturalização e de patrimonialização cultural.

Os autores destacam que, nesse contexto, o turismo rural seria uma estratégia de mercado com oferta de valores perdidos nas grandes cidades, servindo para ativar repertórios culturais até então pouco conhecidos ou mesmo menosprezados. Assim, o rural passaria a circular em espaços globais, ofertando pacotes emocionais que proporcionariam "tradição, autenticidade, naturalidade, alterotropia" (Cristóvão et al., 2014, p. 6).

Desse modo, a turistificação como apropriação do espaço pelo turismo ganha força e, atendendo a uma dinâmica crescentemente competitiva, forja novos produtos para atender ao ritmo e ao clima do campo, embalados pela percepção de segurança, hospitalidade e caráteres familiares, caseiros e artesanais. Como lembra Balastrei Rodrigues (2006), essa experiência turística é alimentada, ainda, pela memória de outras vivências e por expectativas, tudo isto fortalecido pelas campanhas de marketing e de publicidade.

Graziano da Silva e Del Grossi (1999, p. 2, grifos dos autores) bem descrevem

> um espaço rural penetrado pelo mundo urbano com velhos e novos personagens, como os neorrurais (profissionais liberais e outros ex-habitantes da cidade que passaram a residir no campo) ao lado dos assentados (ex sem-terra) e daqueles denominados *sem-sem* (sem-terra e sem emprego e quase sempre também sem casa, sem saúde, sem educação, e principalmente sem organização).

Os autores chamam este processo de "mercantilização do tempo livre" das famílias rurais, uma vez que o tempo não ocupado com as atividades agrícolas e dedicado a atividades não agrícolas (fabricação de doces, conservas, móveis e utensílios doméstico) e ao lazer (caça e pesca, artesanato, cultivo de flores, criação de animais exóticos etc.) cresce e passa a ser empregado com o objetivo

de que os produtos advindos dessas atividades possam ser comercializados para complementação de renda. É assim que, no final do século XX, as atividades agropecuárias já não respondiam mais pela maior parte da renda da população rural brasileira (Graziano da Silva e Del Grossi, 1999).

O novo rural brasileiro e o turismo

É este o cenário do Brasil, realidade sobre a qual adverte Alentejano (2000) no que diz respeito ao processo de transformação no campo e que implica em um "novo rural".

Mas o autor busca identificar o limiar desses movimentos, investigando o que de fato há de novo neles e toma como marco desse processo de mudança o documento "Agricultura familiar, reforma agrária e desenvolvimento local para um novo mundo rural", lançado pelo Governo Federal em 1999, onde se afirmam propostas de uma nova era de desenvolvimento rural no país.

Com base no modelo francês, que prioriza a agricultura de base familiar, aquele documento justifica as políticas de apoio a esse segmento para a garantia da segurança alimentar, geração de empregos (mesmo que não agrícolas), preservação do meio ambiente e das tradições culturais e redução do êxodo rural. Outras formulações em que a agricultura deixa de ter centralidade relacionam-se com práticas ambientalmente sustentáveis e com o turismo no espaço rural.

No entanto, nesse caminho existem contradições e tensões, e se há indícios claros que apontam para novos paradigmas de desenvolvimento no campo brasileiro, com destaque para a "valorização da agricultura familiar, pluriatividade e práticas agronômicas ambientalmente mais saudáveis", não se pode deixar de observar também "a permanência da concentração fundiária, do êxodo rural, do domínio do grande capital agroindustrial no campo, do empobrecimento dos agricultores familiares" (Alentejano, 2000, p. 105).

Ao analisar a questão da pluriatividade, Schneider (2009) ressalta a importância do projeto Rurbano,[3] cujos estudos clarearam o entendimento de que o espaço rural não se restringe à produção agrícola, e evidenciaram o crescimento das atividades não agrícolas no meio rural brasileiro.

---

[3] "O Projeto Rurbano: Caracterização do Novo Rural Brasileiro, 1981/99" analisa as transformações nas relações urbano-rural em onze estados brasileiros. As pesquisas foram iniciadas em 1996.

Outra consideração importante refere-se à diferenciação entre a pluriatividade no meio rural, quando os indivíduos que formam uma família optam por combinar duas ou mais ocupações, sendo uma delas na agricultura, ou escolhem trocar o trabalho agrícola pela ocupação não agrícola, ainda que permaneçam residindo no campo.

Quanto a isso, o autor assevera que os programas de estímulo às atividades não agrícolas, como a prestação de serviços, o turismo rural, o artesanato e outros, podem não implicar a expansão da pluriatividade das famílias, pois pode haver uma transição direta da ocupação em atividades agrícolas para atividades não agrícolas (Schneider, 2009).

Schneider (2009) identifica os principais fatores que incentivam a pluriatividade, quer sejam a modernização técnico-produtiva da agricultura, os processos de terceirização e crescimento da prestação de serviços no meio rural, a queda acentuada das rendas agrícolas, as mudanças nos mercados de trabalho, a sua característica intrínseca de agricultura familiar e, finalmente, políticas de desenvolvimento rural, que estimulam atividades não agrícolas nesse meio, tais como o turismo, entre outras.

Quanto aos estudos do Rurbano, Schneider (2009) indica a existência de experiências embrionárias de apoio ao turismo rural, ecológico, étnico-cultural (indígenas, quilombolas, povos tradicionais) e às agroindústrias familiares rurais no Brasil. Tais iniciativas, além de incentivarem formas de ocupação em atividades não agrícolas, podem oferecer alternativas de trabalho e renda para as populações das áreas rurais (Schneider, 2009).

É na terceira etapa do Projeto Rurbano que Campanhola e Graziano da Silva (2004) aprofundam a análise das transformações ocorridas no rural brasileiro. Entre os aspectos que se observam, estão as novas atividades rurais, em que se inclui o turismo rural e seus impactos.

Panorama do turismo rural no Brasil

Decorrentes de todas as mudanças havidas no campo, as novas atividades não agrícolas nas áreas rurais que envolvem o turismo são bastante diversificadas e crescentes em todo o mundo, inclusive no Brasil.

Graziano da Silva et al. (1988) discorrem sobre exemplos dessas experiências e referem-se a algumas peculiaridades em países distintos, que também podem ser observadas nas práticas brasileiras.

Em seus estudos, os autores relatam que a origem do turismo rural nos Estados Unidos foi marcada pelos rancheiros, pela oferta de caça e pesca e pela falta de infraestrutura. Dessa forma, esse tipo de empreendimento evoluiu para outros serviços e atividades na medida em que o negócio crescia.

A hospedagem de visitantes em áreas rurais pode ser igualmente observada na Austrália, Nova Zelândia e em vários países da Europa – servindo a França e a Itália de exemplos para o Brasil, por suas propriedades rurais produtoras de queijos e vinhos, com oferta de hospedagem e vivência do processo produtivo.

Já a Escócia é conhecida pela oferta de hospedagem em destilarias de uísque, e Portugal pela hospedagem em casas de família (turismo de habitação), casas rústicas (características do meio rural) e casas integradas ao trabalho agrícola (agroturismo). Também, na Argentina, o turismo rural teve início com a hospedagem em grandes propriedades e sítios, visando à complementação da renda advinda das atividades pecuárias.

Graziano da Silva et al. (1988) também relatam as dificuldades enfrentadas pelo Brasil, ao longo dos anos, em estabelecer bases conceituais mais claras para a atividade turística no meio rural. Conforme explicam os autores, em 1994, adotou-se oficialmente um conceito múltiplo que integrava características como diferente, interior, doméstico, integrado, endógeno, alternativo, agroturismo, verde, com base no Manual Operacional do Turismo Rural de iniciativa da Embratur (Embratur apud Graziano da Silva et al., 1998).

Em uma lógica similar, observamos o lançamento, em 2004, das "Diretrizes para o desenvolvimento do turismo rural", editadas pelo Ministério do Turismo, que apontam o Turismo Rural com a "proposta de melhorar os rendimentos de proprietários rurais e valorizar os modos de vida tradicionais, a ruralidade e o contato harmonioso com o ambiente natural" (MTur, 2004, p. 8). Naquela época, como é informado, havia pouco mais de vinte anos que aquela prática do turismo rural vinha sendo exercida no Brasil como atividade econômica.

Também no mesmo período, constatamos que o Turismo Rural é inserido no Plano Nacional do Turismo – 2003-07 (MTur, 2007) – como aposta de que venha a contribuir para a diversificação da oferta turística, a geração de postos de trabalho e renda, a valorização da pluralidade e das peculiaridades regionais, a consolidação de produtos turísticos de qualidade e a interiorização da atividade turística.

Ainda segundo as Diretrizes do Ministério do Turismo, as iniciativas de profissionalizar o segmento no país foram observadas a partir da década de 1980, notadamente nos estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul. O crescimento do turismo na natureza cresce, contudo, de modo empírico, com carências relativas ao ordenamento e com múltiplas concepções.

Ao final dos anos 1990, são verificadas crescentes iniciativas empreendedoras no segmento, incialmente frágeis, em face do planejamento precário e com interferências ambientais bastante negativas. A partir de então, houve maior amadurecimento da atividade no Brasil, fazendo surgir empreendimentos e propostas que, embora esbarrassem em dificuldades, se firmaram cada vez mais em um cenário propício à revalorização do campo e de seus recursos.

Nas Diretrizes vamos encontrar, ademais, a justificativa para a expansão do turismo em áreas rurais no Brasil como uma comunhão de interesses, residindo no produtor rural a necessidade de complementar sua fonte de renda e nos turistas a vontade de conviver com a natureza, reencontrar raízes, resgatar tradições e costumes.

As Diretrizes referem-se, ainda, ao processo de debates e estudos engendrados sobre o turismo no espaço rural brasileiro ao longo do tempo, tendo culminado com a chamada Carta de Santa Maria,[4] que registra recomendações sobre a importância da atenção pública com o setor, bem como da necessidade de integração entre os diversos atores e entidades envolvidos com o segmento. Outros estudos decorreram daquela iniciativa, tais como oficinas nas macrorregiões brasileiras, culminando, anos depois, com a publicação das Diretrizes.

Conceitualmente, o turismo no espaço agrário está colocado naquele documento como um recorte geográfico que insere o Turismo Rural, cujos aspectos centrais referem-se ao "turismo, ao território, à base econômica, aos recursos naturais e culturais e à sociedade" (MTur, 2004, p. 11).

Graziano da Silva et al. (apud Embratur, 1998) já haviam denominado de "turismo em áreas rurais" ou "turismo no meio rural" as atividades desenvolvidas no interior das propriedades rurais (turismo rural e agroturismo), bem como atividades de lazer realizadas no meio rural (ecoturismo e outros), mas externas às atividades agrícolas.

---

[4] A Carta de Santa Maria resultou de debates promovidos durante o I Congresso Internacional de Turismo Rural, em Santa Maria, Rio Grande do Sul, em maio de 1998.

Seguindo nesta linha, em 2008, o Ministério do Turismo lançou o caderno de "Orientações Básicas para o Turismo Rural", reeditado em 2010. Em sua última versão, o documento reitera a importância do turismo rural para as socioeconomias locais, mas adverte que o desenvolvimento dessa atividade no país depende da resolução de um quadro de "precariedade de infraestrutura no meio rural, baixa qualificação profissional, falta de preparo de agências e operadoras para lidar com o segmento, falta de legislações e regulamentação específicas" (MTur, 2010, p. 15).

Conceitualmente, o MTur (2010, p. 17) reforça o conceito, quando estes esclarecem que o turismo no espaço rural abarca

> todas as atividades praticadas no meio não urbano, que consiste de atividades de lazer no meio rural em várias modalidades definidas com base na oferta: Turismo Rural, Turismo Ecológico ou Ecoturismo, Turismo de Aventura, Turismo de Negócios e Eventos, Turismo de Saúde, Turismo Cultural, Turismo Esportivo, atividades estas que se complementam ou não.

Quanto ao Turismo Rural, o MTur (2010, p. 18) mantém o conceito já exposto nas Diretrizes de 2004, considerando que esse subsistema do turismo no espaço rural é

> o conjunto das atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometidas com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade.

Vale ressaltar que Graziano et al. (apud Embratur, 1998) são enfáticos ao esclarecerem a importância da atividade turística no campo, a despeito de estarem ou não relacionadas com a dinâmica agrária, mas estabelecendo as bases conceituais de distinção:

> As atividades ligadas a estas outras modalidades de turismo – em particular ao ecoturismo – podem vir a ser fontes alternativas de renda para algumas propriedades rurais em determinadas situações especiais onde as atividades agropecuárias são restritas ou mesmo não podem ser praticadas, como é o caso das áreas naturais preservadas de regiões como a Amazônia, o Pantanal e a Mata Atlântica. Mas, em geral, são empreendimentos que se instalam na zona rural sem nada

> ter a ver com a dinâmica agrária da região. Eles devem ser analisados dentro da ótica das 'novas funções' que o meio rural vem adquirindo além das atividades agrícolas tradicionais, como a de propiciar bens e serviços não-materiais, lazer, conservação do ecossistema e dos recursos naturais, educação ambiental, proteção da paisagem, manutenção do território, etc. Já as atividades associadas ao agroturismo, a fazenda-hotel (que é diferente do hotel-fazenda), o pesque-pague, a pousada, o restaurante típico, as vendas 'diretas do produtor', o artesanato, a industrialização caseira e outras atividades de lazer associadas à recuperação de um estilo de vida dos moradores do campo – podem ser consideradas uma estratégia de diversificação das propriedades rurais no intuito de gerar rendas não agrícolas para fazer frente à queda de rentabilidade dos seus negócios tradicionais. O importante é que são atividades que geram ocupações complementares às atividades agrícolas e continuam a fazer parte do cotidiano da propriedade rural, em menor ou maior intensidade. Elas devem ser entendidas como parte de um processo de agregação de serviços aos produtos agrícolas e de valorização dos bens não materiais existentes nas propriedades rurais (paisagem, ar limpo, etc) (Graziano et al., 1998, p. 119).

Alguns exemplos de iniciativas brasileiras

No esteio de pensar o turismo no espaço rural, com todas as suas potencialidades, o Ministério do Desenvolvimento Agrário associou-se ao Ministério do Turismo, em 2008, para o lançamento dos "Caminhos do Brasil Rural: agricultura familiar, turismo e produtos associados" (MTur e MDA, 2008).

O caderno seleciona roteiros, por macrorregião brasileira, vistos como exemplos de sucesso no empreendimento de práticas preocupadas com o resgate de culturas tradicionais, valorização da gastronomia típica e produção sustentável de alimentos, associadas ao turismo. O roteiro integra sítios, comunidades, artesanato, mercado municipal e atividades na natureza.

Na Região Norte, destaca o exemplo de valorização da cultura indígena, no município de Rio Preto da Eva, Amazonas, com atividades de pesca em tanques naturais, colheita de flores tropicais e de frutas, gastronomia típica e manifestações culturais com danças.

Na Região Nordeste, a Paraíba é apresentada por meio de artesanato, danças e festas tradicionais. Tanto na capital quanto nas proximidades do ser-

tão do Cariri, há roteiros de apreciação gastronômica, trilhas ecológicas e rurais em plantações de orgânicos, encontro de quadrilhas, cortejos de carroças, visita à usina de leite de cabra e curtumes coletivos. Na capital, o roteiro mostra a zona rural do Vale do Gramme, e no interior, apresenta as cidades de Serra Branca e Cabaceiras, com elementos da Zona da Mata, do Agreste e do Sertão.

Na Região Centro-Oeste, o Mato Grosso convida ao convívio com o rio e a lida na agricultura pelas comunidades ribeirinhas de São Gonçalo Beira-Rio e Bom Sucesso, ressaltando a riqueza do artesanato e as danças do siriri e cururu, contemplação do rio e atividades de pesca, cavalgada, ordenha e trilha em comunidade de assentamento da reforma agrária.

Na Região Sudeste, mostra-se a Serra Capixaba, com as referências de sucesso de Venda Nova do Imigrante e Domingos Martins, pioneiros nacionais em turismo rural na década de 1980. A região foi colonizada por imigrantes italianos e alemães e é *benchmarking* em boas práticas no segmento rural, com alternativas de hospedagem, gastronomia e atividades diversas.

Na Região Sul, o caderno apresenta as Encostas da Serra Geral de Santa Catarina, exemplo de acolhimento e aconchego em propriedades de agricultores familiares nas comunidades de Rancho Queimado, Anitápolis e Santa Rosa de Lima. Descendentes de imigrantes alemães, integram-se à Associação Acolhida na Colônia,[5] da rede francesa Acquiel Paísan, presente em quinze países. Também referência nacional em turismo rural, o roteiro inclui hospedagem e gastronomia em ranchos, trilhas, atividades de aventura, agricultura ecológica e cooperativa.

Na observação do sentido empreendedor do turismo em áreas rurais no Brasil, outra publicação do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) mostra exemplos que compõem o "Retrato do Turismo Rural no Brasil com foco nos pequenos negócios" (SEBRAE, 2013).

O estudo relaciona 122 empreendimentos de turismo rural, com concentração maciça na Região Sul do país (55% no Rio Grande do Sul, 24% em Santa Catarina e 18% no Paraná), seguidos da Região Sudeste (8% no Espírito Santo, 8% em São Paulo e 3% no Rio de Janeiro).

Segundo o estudo, este é o perfil sumário dos empresários do Turismo Rural no Brasil (SEBRAE, 2013):

---

[5] A Acolhida na Colônia busca valorizar o modo de vida no campo por meio do agroturismo ecológico (MTur e MDA, 2008).

a) São, na maioria, do sexo feminino (54,2%);
b) A faixa etária predominante está entre 25 e 59 anos (71,2%), com participação significativa de pessoas com 60 anos ou mais (25,4%);
c) A escolaridade é elevada (45,8% com ensino superior completo ou não);
d) Na maioria, são proprietários das terras em que trabalham (93,1%), desenvolvendo atividades de cultivo de hortifrutigranjeiros (74,1%), pecuária (21%) e lavouras ou produção de vinhos (13,8%);
e) São relativamente novos no setor: atuação há menos de 5 anos (27,12%) e de 5 a 10 anos (30,5%);
f) Na grande maioria, a atividade desenvolvida é eminentemente familiar (88,1% dos casos), envolvendo a participação de três ou mais pessoas da família (86,6%);
g) Não é comum a contratação de empregados (46,4%).

Os estudos do SEBRAE revelam também que as atividades de turismo rural oferecidas nas propriedades empreendedoras estão fortemente relacionadas às práticas cotidianas da agricultura familiar, servindo como complementação de renda. As principais atividades ofertadas são:

a) Visitas a áreas das propriedades e aos espaços de produção, com a integração do visitante às atividades rurais (61%);
b) Oferta de alimentação (51%);
c) Colheita de produtos (39%);
d) Degustação da produção (38%);
e) Passeios em trilhas e/ou caminhadas (32%);
f) Hospedagem (31%);
g) Atividades culturais (22%).

O relatório mostra que é comum a comercialização de produtos (81,6%), tanto próprios quanto de outros produtores regionais. Também sinaliza que

os empreendedores demonstram atenção com o meio ambiente (98,3%), mas ainda sem efetivarem práticas sistemáticas nesse sentido. É igualmente comum o associativismo (77,6%).

Em relação à demanda, os visitantes desses empreendimentos são, em sua maioria, originários de regiões do entorno (68,5%), mas com bom alcance nacional em alguns casos (31,5%).

Atualmente o SEBRAE tem estimulado a criação de roteiros integrados de turismo no espaço rural em alguns estados brasileiros, com maior ou menor participação dos órgãos estaduais de turismo e de outros parceiros, como os *Conventions & Visitor Bureau*.[6] Como exemplo, no Rio de Janeiro, podem ser vistos, em *site*[7] próprio, oito destinos em que o SEBRAE atuou na formatação de roteiros rurais: Angra dos Reis, Ipiabas (Barra do Piraí), Boa Sorte (Cantagalo), Guapimirim, Santa Maria Madalena, Amparo (Nova Friburgo), Paraty e Trajano de Moraes.

Para esse resultado, o SEBRAE realizou capacitação voltada à formação de roteiros envolvendo microempreendedores rurais e promovendo a sensibilização e a mobilização dos atores envolvidos com a atividade. A divulgação dos roteiros inclui, além de informações sobre o destino e atrativos locais, orientações sobre receptivo, propostas de atividades e banco de imagens.

Outro levantamento realizado no país, em 2013, é o "Estudo Preliminar da Cadeia Produtiva: Turismo Rural", do Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (Roque, 2013). A pesquisa exploratória apresenta uma análise da cadeia produtiva do turismo rural brasileiro, que anuncia a escassez e a dispersão de informações no setor. Esta mostra um mapa de distribuição da atividade que confirma as informações do Retrato do Turismo Rural apresentado pelo SEBRAE, apontando a Região Sul, seguida da Região Sudeste, com maior oferta de turismo rural no país.

O estudo menciona que, no Rio Grande do Sul, o turismo rural se desenvolveu inicialmente de modo tímido na região de Lavras do Sul, tendo como diferencial a experiência da colheita, de vindimar das uvas e da participação em

[6] *Os Conventions & Visitors Bureaux* são organizações não governamentais que buscam promover o desenvolvimento econômico e social do destino que representam, incentivando e fomentando a atividade turística.

[7] www.turismoruralrj.com.br.

tropeadas e cavalgadas por campos e pradarias, associadas à roda de chimarrão e ao churrasco junto ao fogo de chão.

Em Santa Catarina, além das atividades rurais pioneiras de Lages, cidade conhecida como "capital nacional do Turismo Rural", apresenta-se grande diversidade e riqueza do patrimônio rural – com experiências em Joinville e em São Martinho –, oferta de alimentos agroecológicos e forte associativismo.

O agronegócio está presente em Colônia Witmarsum, Carambeí, Colônia Castrolanda, Tibagi, Arapoti, Sengés, Prudentópolis e Colônia Entre Rios, e as atividades se organizam de modo cooperado.

No estado do Paraná, concentram-se pequenas e médias propriedades de agricultura familiar, encontrando-se também roteiros rurais no entorno da capital Curitiba, com valorização da araucária e de tradições culturais dos imigrantes italianos. Destaca-se a Rota do Agronegócio do Café, mas percebe-se também o início de uma oferta de turismo rural no maior destino internacional da região, Foz do Iguaçu, com vistas à integração do pequeno produtor.

Em Minas Gerais, são pioneiros os empreendimentos da Fazenda do Engenho, em Carrancas, além das fazendas de charme, roteiros nas serras e atividades fomentadas no entorno dos Parques Nacionais e Estaduais em Maria da Fé, Cruzília, Extrema, Santana dos Montes, entre outros. Demais destinos menos conhecidos são o Vale do Jequitinhonha, Aiuroca, Serra da Canastra e proximidades do Parque Nacional da Serra da Canastra e da Serra do Cipó.

Embora Minas Gerais não apareça no Retrato do SEBRAE sobre iniciativas empreendedoras em turismo rural, o estudo de Roque (2013) ressalta que a grande diversidade existente naquele território dá ao estado o reconhecimento pela maior oferta de empreendimentos em Turismo Rural no Brasil, ressalvando que também estão instalados ali grandes empreendimentos hoteleiros.

O estudo informa que o turismo rural se desenvolveu apenas a partir dos anos 2000 em São Paulo, por ser este um dos maiores polos agroprodutivos do país, afora iniciativas nos anos 1980 no Vale do paraíba e na Região de Mococa.

A pesquisa apresenta, ainda, os seguintes polos rurais paulistanos: Ribeirão Preto, Litoral Norte Paulista, Campinas, Vale do Paraíba, Vale do Ribeira, com criação de consórcios voltados à proteção ambiental associada a atividades turísticas rurais, como em Santo Antônio do Pinhal na Fazenda Renópolis. Há também projetos de vivências do cotidiano agropecuário, integrados à valorização do patrimônio histórico das fazendas de café e de cana-de-açúcar. Alguns municípios distantes até 700 quilômetros da capital

do estado também oferecem atividades turísticas rurais, como Presidente Prudente, Araçatuba e Cardoso.

No Espírito Santo, as forças residem no agroturismo e no turismo de natureza, sendo reconhecidos, no segmento, os municípios de Afonso Cláudio, Alfredo Chaves, Conceição do Castelo, Domingos Martins e Venda Nova do Imigrante, os dois últimos considerados precursores do turismo rural no Brasil. Venda Nova do Imigrante é hoje reconhecida como o "berço do agroturismo nacional", servindo de modelo para o setor.

As ofertas, naquele estado, valorizam a paisagem e iguarias tradicionais e peculiares, como queijos especiais, embutidos e outras da cultura italiana e alemã. As ofertas incluem visitas a áreas de produção orgânica e a estações agroecológicas do Parque Estadual da Pedra Azul.

Surgem no estado capixaba novas rotas no entorno do Parque Nacional do Caparaó, envolvendo os municípios de Dores do Rio Preto, Alegre, São José do Calçado, Ibitirana e Iúna, voltados, principalmente, ao ecoagroturismo. Observa-se ali a prática de hospedagem do tipo "cama e café", com vivências de atividades do cotidiano rural.

O Rio de Janeiro é apresentado por sua herança do Brasil Colonial associada à produção rural, destacando-se no estado a paisagem natural e cultural. Além da Região do Vale do Paraíba, a Região da Serra destaca-se pelos municípios de Nova Friburgo, Petrópolis, Itatiaia, com diversificadas atividades (pousadas rurais, produtores de queijos, plantio de bromélias, apiários, criatórios de cabras etc.); o documento ainda aponta o quanto tais iniciativas podem colaborar para a recuperação dos problemas ambientais que abateram o território fluminense em 2011.

O documento prossegue na exploração de outros exemplos das demais regiões brasileiras e, embora não apresente informações qualitativas, nem se tenha procedido à verificação de sua atualidade em face do dinamismo do fenômeno turístico, é um informativo importante para a avaliação dos potenciais recursos existentes no país, aguardando, ainda, por políticas mais efetivas de apoio e aplicação.

Considerações finais

Sobre as estratégias de apoio ao desenvolvimento do turismo no espaço rural brasileiro, o Plano Nacional de Turismo 2018-2022 (MTur, 2018), ora

em fase de atualização, ressalta a sanção da Lei n.º 13.171, de 21 de outubro de 2015, como medida importante para regulamentação do Turismo Rural, que passa a ser incluído no rol de atividades rurais, contrapondo-se à informalidade e à bitributação, sinal de algum avanço.

Dentre as estratégias para o desenvolvimento do turismo no país, o plano prevê o monitoramento do ordenamento e da estruturação de segmentos nos quais se inclui o Turismo Rural, informando sobre a necessidade de indicadores para a compreensão dos impactos gerados na economia.

Sinalizando, ainda, com a intenção de estimular o turismo rural, o MTur assinou, em 2018, acordo de cooperação técnica com a Secretaria Especial de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário (SEAD), prevendo ações de comercialização e promoção de produtos e serviços do setor, com vistas ao fortalecimento da agricultura familiar, responsável por 38% do valor bruto da produção agropecuária brasileira, incluindo a oferta de hospedagem em propriedades do ramo, a criação de roteiros gastronômicos e a capacitação de extensionistas rurais, conforme notícia divulgada no site daquela instituição em 2018.[8]

De todo modo, os estudos sobre o turismo em áreas rurais no Brasil ainda estão restritos, em grande parte, à apresentação de casos em andamento, que exaltam mais os benefícios perseguidos do que ações de planejamento, gestão e monitoramento com pesquisas que atendam a séries históricas.

São muitas as possibilidades de interseção de segmentos no espaço rural, onde o turismo rural pode se colocar como experiência agregadora, uma vez que carrega a possibilidade de provocar relações e trocas mais próximas e reais entre anfitriões e convidados.

Nota-se o crescimento orgânico de iniciativas criativas e agregadoras de valor à atividade turística, lugar onde o artesanato se fortalece e as manifestações culturais são resgatadas.

Desde os hotéis-fazenda, hotéis de charme, ranchos e pousadas, fazendas-hotéis, a restaurantes típicos, estâncias de criação de pequenos animais, haras, criação de trutas, atividades intensivas de olericultura, floricultura, fruticultura de mesa, piscicultura, pesque-pagues, fabricação de cachaças e cervejas artesanais, visitas a vinhedos e a cafezais, exposições agropecuárias, festas rurais e rodeios, a cada dia diversas atividades e serviços são iniciados em cada canto

---

[8] Disponível em: http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/11584-coopera%C3%A7%C3%A3o-para-fortalecimento-do-turismo-rural.html.

do país, alguns caminhando pela estrada firme do profissionalismo, enquanto outros – desprovidos de amparo e orientação – se perdem à margem do amadorismo e do sonho do turismo como panaceia.

Do que se observa, as publicações anteriores do MTur, conforme mencionadas e mesmo a edição do Plano Nacional e Turismo 2018-2022 por si só não sugerem fortes indicativos de que muita coisa mudou em relação às políticas públicas de desenvolvimento do turismo rural no Brasil.

De modo geral e comparativamente, as metas da Política Nacional de Turismo da Embratur, em 1999, e as metas do Plano Nacional de Turismo 2018-2022 do MTur apenas sinalizam que estamos seguindo em frente.

Há que se ter cuidado, entretanto, em olhar mais adiante para antever o que nos aguarda, parecendo ser mais seguro buscar o amparo de investimentos concretos em desenvolvimento sustentável e integrado, a exemplo de países como França, Portugal, Itália e Espanha, ao menos em matéria de turismo em espaço rural.

Referências

ALENTEJANO, P. R. R. *O que há de novo no rural brasileiro?* São Paulo: Terra Livre, n. 15, pp. 87-112, 2000.

BALASTRERI RODRIGUES, A. "Turismo e territorialidades plurais: lógicas excludentes ou solidariedade organizacional". In LEMOS, Amalia Inés Geraiges de et al. (orgs.). *América Latina: cidade, campo e turismo.* São Paulo: CLACSO, 2016.

CAMPANHOLA, C. e GRAZIANO DA SILVA, J. (orgs.). *O novo rural brasileiro: novas ruralidades e urbanização.* Brasília/DF: Embrapa/UNICAMP, 2004.

CRISTÓVÃO, A. et al. (orgs.). *Turismo Rural em tempos de novas ruralidades*. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2014.

GRAZIANO DA SILVA, J. e DEL GROSSI, M. E. *O novo rural brasileiro: uma atualização para 1992-98.* Apresentado no III Encontro de Jovens Agricultores Cooperativista a Caminho da Sustentabilidade – III EJACC. Campinas: UNICAMP, 1999. Disponível em http://www.eco.unicamp.br/nea/images/arquivos/ONovoRuralBrasileiro1992-98.pdf

______. *O novo rural brasileiro*. 2 ed. rev. Campinas, SP: UNICAMP, 2002.

______ et al. "Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil". *CADERNO CRH*, n. 28, pp. 113-55, Salvador, jan./jun. 1998.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Plano Nacional do Turismo, 2003-2007.* Brasília-DF: MTur, 2004.

______. Secretaria de Políticas de Turismo (coord.). KRAHL, M. F. L. e SANTANA, A. N. M. *Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural*. Brasília-DF: MTur, 2004.

______. *Hábitos de consumo do turismo do brasileiro*. Brasília-DF: MTur, 2009.

______. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação-Geral de Segmentação. *Turismo Rural: Orientações Básicas.* Brasília-DF: MTur, 2010.

______. *Plano Nacional do Turismo 2018-2022*. Brasília: MTur, 2018.

______ e MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO. *Caminhos do Brasil Rural. Agricultura familiar, turismo e produtos associados.* Brasília, DF: MTUR e MDA, 2008.

ROQUE, A. *Estudo preliminar da cadeia produtiva: turismo rural*. Brasília-DF: Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura, 2013.

SCHNEIDER, S. *A pluriatividade na agricultura familiar.* 2nd ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.

______. "A pluriatividade no meio rural brasileiro: características e perspectivas para investigação". In GRAMMONT, H. C. e MARTINEZ VALLE, L. (orgs.). *La pluriactividad en el campo latinoamericano*. Quito/Equador: Ed. Flacso – Serie FORO, v. 1, pp. 132-61, 2009.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. *Retrato do turismo rural no Brasil com foco nos pequenos negócios.* Brasília-DF: SEBRAE, 2013.

Sobre os autores

Glaucio José Marafon

Professor associado do Insituto de Geografia da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Pesquisador CNPq, CNE/FAPERJ.

Marina Faccioli

Professore Ordinario di Geografia Economico-Politica nell'Università degli Studi di Roma Tor Vergata, dove è titolare degli insegnamenti di "Geografia per la Pianificazione del Turismo" e "Tourism and Make In Italy: Italian Arts and Manufacturing". Studia i sistemi territoriali complessi con particolare riferimento ai processi di sviluppo del turismo. In collaborazione con l'UERJ, con i colleghi G. J. Marafon e M. A. Sotratti ha pubblicato "*Turismo e território no Brasil e na Italia: novas perspectivas, novos desafios"* (2014); con G. J. Marafon, "Città infinita e filiere internazionali. Per altre idee di turismo" (2017).

Meylin Alvarado Sánchez

Geógrafa de la Escuela de Ciencias Geográficas de la Universidad Nacional de Costa Rica, Licenciada en Educación Ambiental y Master en Desarrollo Comunitario Sustentable de la Universidad Nacional de Costa Rica (UNA), con una especialidad en Geografía y Turismo, del Centro Panamericano de Estudios Geográficos (CEPEIGE) del IPGH, OEA en Quito Ecuador. Es evaluadora certificada de la Norma Certificado de Sostenibilidad Turística (CST) del Instituto Costarricense de Turismo. Actualmente es Doctoranda del Programa de Postgraduación en Geografía (PPGEO) de la Universidad Estadual de Río de Janeiro (UERJ) Brasil.

Revisão dos artigos em italiano: Marina Faccioli
Revisão dos artigos em espanhol: Meylin Alvarado Sánchez